



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

**FESC** | Facultad de  
Estudios  
Superiores de  
**UAEM** | Cuautla

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES DE CUAUTLA**

**MACHISMO Y DISTINCIÓN DE CLASE DESDE LOS MEMES DE  
INTERNET. UNA INMERSIÓN NETNOGRÁFICA A LA  
INTERACCIÓN SOCIODIGITAL DE UNA COMUNIDAD POPULAR  
EN FACEBOOK.**

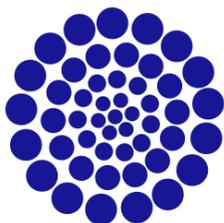
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
MAESTRO EN CIENCIAS SOCIALES

PRESENTA  
LIC. MIGUEL CIPACTLI ROMERO RAMÍREZ

DIRECTORA  
DRA. DUBRAVKA MINDEK JAGIC

COMITÉ REVISOR  
DRA. ÁNGELA IXKIC BASTIAN DUARTE  
DRA. MORNA MACLEOD HOWLAND

COMITÉ AMPLIADO  
DR. MARIO TIMOTEO PADILLA PINEDA  
DR. LUIS NICOLÁS OLIVOS SANTOYO



**CONACYT**

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología

CUAUTLA, MORELOS

OCTUBRE, 2021

## Dedicatorias y agradecimientos

La culminación de una tesis siempre depende de un apoyo colectivo. Por eso, quisiera comenzar dedicando este trabajo a mi familia. A mi padre Sergio Romero, mi madre Martha Ramírez y mis hermanas Nandeye y Malinalli. Cada uno de ustedes sabe que su buena vibra y sus opiniones a lo largo del posgrado me dieron la energía necesaria para culminar este objetivo. Muchas gracias.

En este andar académico resulta de gran ayuda encontrar personas que sientan ese mismo coraje por no rendirse y al mismo tiempo ser optimistas y alegres ante los retos. Por ello, le dedico esta tesis a mi colega y compañera de vida Selene, quien me ha sabido escuchar, acompañar y comprender a lo largo de esta tortuosa pero feliz etapa. Muchas gracias.

De la relación que se entabla entre el tesista y la directora dependerá la culminación con éxito de la tesis. Obviamente, mi caso resultó todo un éxito y una experiencia bastante fructífera. De modo que agradezco mucho la confianza, el apoyo y las correcciones recibidas por parte de mi directora Dra. Dubravka Mindek. Sin sus consejos y atenciones no se habría logrado culminar este proyecto. Muchas gracias.

Finalmente debo agradecer la confianza y apoyo recibido por parte de mi comité. A las doctoras Morna Macleod y Ixkic Bastian, gracias por su paciencia, preguntas y sugerencias durante las reuniones que sostuvimos a lo largo de los dos años para concretar esta tesis. Asimismo, agradezco a los doctores Mario Padilla y Nicolás Olivos, primero por haber aceptado formar parte de mi comité y también, por sus comentarios que ayudaron a corregir y mejorar este proyecto. Además de sus conocimientos en clase, me llevo de ustedes el compromiso e importancia que reviste el cultivar las Ciencias Sociales. Muchas Gracias.

# ÍNDICE

Dedicatorias.....	2
Introducción .....	5
Capítulo 1. Entre conceptos, definiciones y metodologías: una revisión multidisciplinar sobre el fenómeno del meme en internet .....	11
1.1.- Análisis temático sobre los memes en Internet.....	13
1.2.- Propuestas teórico-metodológicas sobre los memes en Internet.....	24
1.3.- Conclusiones .....	30
Capítulo 2. Comunicación, globalización y sociedad digital .....	34
2.1- La comunicación digital.....	34
2.2- La metamorfosis de Internet: de la Web 1.0 a la web interactiva 2.0.....	35
2.3- Capitalismo electrónico-digital y redes sociales digitales (RSD).....	37
2.4-Un mundo digital medible: el <i>Big Social Data</i> y <i>Google</i> .....	39
2.5- Una sociedad digitalizada, des-corporizada y des-territorializada.....	41
Capítulo 3. Socioantropología del ciberespacio.....	45
3.1.-El giro cualitativo del ciberespacio: comunidades virtuales, internet y métodos digitales....	45
3.2- Sobre el método netnográfico .....	48
3.3.- Las fases de aplicabilidad del método netnográfico .....	49
3.4- El acercamiento a datos visuales.....	51
3.5-La inmersión a un campo digital.....	52
3.6.-El abordaje netnográfico de la comunidad Spidercholo .....	53
3.7.- Apartado conceptual: la concepción simbólica de los memes de Spidercholo .....	54
3.8.- La semiótica de la cultura: un método para interpretar memes .....	55
3.9.- La estructura codificada de los memes de Spidercholo .....	56
Capítulo 4. Los Memes de Internet y la comunidad de Spidercholo en Facebook .....	58
4.1.- Componentes estructurales de los memes de Internet.....	58
4.2.- Evolución grafica de los memes de Internet .....	61
4.3.- La aparición de Spidercholo en Facebook .....	66
4.4.-Sobre la comunidad de Spidercholo en Facebook .....	70
Capítulo 5. Una inmersión netnográfica por la comunidad de Spidercholo en Facebook .....	74
5.1.- Primer acercamiento a la comunidad de Spidercholo .....	75
5.2.- Segundo acercamiento: netnografiando reacciones populares sobre el género y la clase.....	80
Regularidades temáticas sobre el género.....	81
-Reacciones misóginas .....	81

-Reacciones de virilidad .....	86
Reacciones en torno al control de la sexualidad femenina.....	89
Reacciones sobre la cosificación del cuerpo femenino .....	91
Regularidades temáticas sobre la clase .....	93
Distinción por gustos musicales .....	93
-Distinción por acceso a espacios sociales .....	95
-Distinción por consumo de diversos objetos.....	97
5.3.- Interpretación sociocultural de los memes a la luz de los resultados.....	101
Expresiones estereotipadas del machismo en los memes de Spidercholo.....	101
La dimensión cultural de la desigualdad desde los memes de Spidercholo .....	104
Reflexiones finales .....	109
Bibliografía .....	113

## Introducción

Usted encuentra un artículo o servicio anunciado en una página WEB, (digamos por usar un ejemplo real, un ramo de flores para regalar a la persona que ama) y decide comprarlo, hace su correspondiente transferencia de “dinero” de su tarjeta visa a una “cuenta” del vendedor. La compra ya está hecha. Hasta aquí todo ha ocurrido en el ciberespacio: usted es un nombre, operando en un escenario de símbolos: el vendedor de la tienda y las flores compradas son íconos en la pantalla; su pago es una secuencia numérica en una caja con un botón aceptar.

Picciuolo Valls, 1998

Las posibilidades que se le abren a un investigador para tomar por objeto de investigación algún fenómeno de la realidad social, están condicionadas por el contexto histórico. Es decir, en tanto seres humanos, que en principio es una cualidad común a todos los investigadores, aparecemos inscritos en un devenir histórico. Sobre él se imponen distintas condicionantes de índole políticas, económicas, educativas y tecnológicas. De manera que para un antropólogo e investigador como Malinowski, que inscribió su actividad etnográfica en los albores del siglo XX, resultaría insensato de parte de nosotros, los modernos, acusarlo de poco visionario al no realizar una investigación de tipo digital sobre los Trobriands. Básicamente, como apuntan Bourdieu y Wacquant (2005, p.300) en tanto que: “las condiciones de posibilidad del sujeto y el objeto científico son una y la misma [...] y a cada avance en el conocimiento de las condiciones sociales de producción de "sujetos" científicos corresponde un avance en el conocimiento del objeto científico, y viceversa” hacen prácticamente imposible que a Malinowsky se le hubiera ocurrido pensar dicha posibilidad.

Evidentemente, el mundo sociocultural en el que nos encontramos los investigadores jóvenes de las Ciencias Sociales es diferente al panorama con el que se enfrentó Malinowski. Según varios autores (Giddens, 2000; Byung, 2014; Bauman, 2017), nos encontramos en una etapa histórica caracterizada por distintas reorganizaciones y permanencias con relación a las fuerzas políticas, económicas, educativas, culturales y tecnológicas que actualmente estructuran a las sociedades. Algunos de esos cambios que conviene mencionar son:

En el plano mundial el pasaje de un mundo bipolar a otro global [...] en lo económico, una nueva fase de acumulación y concentración basada en la aplicación del modelo neoliberal dentro de un mercado globalizado; en lo político, el debilitamiento de la autonomía del Estado-nación y el desarrollo de redes de poder estatal-privadas de

carácter transnacional [...] en lo social, la incorporación de tecnologías -en especial de la comunicación- que modifican la organización y las percepciones del tiempo y el espacio; en lo subjetivo, una individualidad blanda, aislada, en retracción hacia lo privado, como esfera principalmente de consumo de bienes y cuerpos. (Calveiro, 2012, p.14)

Aunados a este cumulo de cambios, hoy en día nos encontramos atravesando por un momento coyuntural relacionado con la situación de emergencia sanitaria derivada por el virus SARS-CoV-2.<sup>1</sup> Entre muchas de las dificultades que el virus ha desencadenado en los distintos países del mundo, sin duda, sobresale el interés de parte de las autoridades sanitarias en exigir a los gobernantes limitar o hasta suspender las actividades relacionadas con la interacción social de tipo masivo, presencial o cara a cara a manera de contrarrestar la propagación del virus. Razón por la cual, gran parte de las actividades que se realizaban a diario, como las labores de oficina o educativas, las reuniones familiares o de convivencia, se han visto trasladadas al ciberespacio. Lo cual ha derivado en que una parte importante del funcionamiento económico, cultural y social recaiga en las posibilidades que permiten tanto las tecnologías de la comunicación, el uso de las redes sociodigitales (RSD) y la red de Internet. De manera que sobre la base de estas condicionantes históricas y sociales es como se nos abre la posibilidad de desarrollar nuestro proyecto de investigación, interesado en comprender estas nuevas formas en que la cotidianidad se construye atravesada por el uso de las tecnologías de la comunicación, las redes sociodigitales y el Internet.

En lo que va del siglo XXI, es innegable que la confluencia tanto de Internet como de las tecnologías de comunicación digital han incentivado nuevas formas de interacción social. Desde un plano horizontal, la actual comunicación digital se presenta a través de novedosas manifestaciones, entre las que destacan: la clásica visualización de páginas web y blogs, la nueva administración de páginas individualizadas desde *Facebook*, los canales personalizados de *YouTube*, los grupos de *Whatsapp* o los seguidores de fotografías en *Instagram*. Al interior de cada una de estas nuevas formas de integración colectiva (Piscitelli, 2002) comunidades virtuales (Hine, 2004) o mundos socio digitales (Pink, *et al.* 2016;

---

<sup>1</sup> El inicio de la cobertura en torno al coronavirus (hoy Covid-19) se registró a partir del mes de diciembre del año 2019. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), esta enfermedad se produjo en Wuhan, una de las ciudades más grandes perteneciente a China. Para los especialistas de esta institución, el posible origen de la enfermedad debió producirse por la interacción o ingesta humana de animales como las víboras o los murciélagos, (dado que son portadores de esos virus) dentro de un mercado en la localidad de Wuhan, lugar en el que de manera ilegal y con pocas previsiones de salubridad se comercializa ese tipo de animales.

Gómez Cruz, 2017), los usuarios han puesto en práctica ingeniosas formas de comunicación interactivas entre sí. Estableciéndose a través de distintos formatos de expresión digital que van desde el compartimiento de textos, audios, videos, imágenes, fotografías hasta los hoy mundialmente reconocidos memes de Internet.

Los memes de Internet se han convertido en el símbolo por excelencia de la sociedad digital. A través de este medio de expresión en Internet las personas son capaces de transmitir emociones, ideas, deseos o malestares. Asimismo, como unidad cultural, los memes de Internet han desembocado en la generación de distintas comunidades virtuales alrededor de ellos, desde las cuales se han generado nuevas formas de interacción social por medio del uso de las redes sociodigitales. Ante la súbita irrupción de este fenómeno de la cultura digital, nos pareció pertinente inmiscuirnos en el estudio de una de esas comunidades, a saber, la comunidad de Spidercholo en Facebook.

En un inicio nuestro acercamiento a la comunidad de Spidercholo en Facebook se dio de manera natural. Es decir, en tanto usuarios de las redes sociodigitales y en parte porque algunos amigos nos lo sugirieron, en el 2018 nos convertimos en seguidores de los memes de Spidercholo. Sin duda, lo que más llamó nuestra atención de sus memes era la originalidad de sus dibujos y por supuesto el lenguaje obsceno con el que Spidercholo retrataba distintos episodios relacionados con la vida popular cotidiana de un mexicano de clase baja.<sup>2</sup> Por ejemplo, en algunos de sus memes se relatan las peripecias que vive una persona al tener que viajar en transporte público para llegar a su trabajo, mientras que en otras ocasiones hace referencia a situaciones variadas que van desde el desdén por ciertos géneros musicales – como la banda o el reggaetón- hasta entablar discusiones en relación a la pareja, la pobreza o la sexualidad.

Posterior a este primer acercamiento, en el que apenas manifestábamos una tibia relación con la dinámica de la comunidad, empleamos una observación más sistemática a manera de

---

<sup>2</sup> De la amplia variedad de formas que existen para entender el concepto de cultura popular (Canclini, 2001; Storey, 2002), aquí trabajamos con aquella perspectiva que la considera como una cultura compuesta de símbolos que denotan un sentido oposicional con relación a otra cultura considerada como alta, elitista o burguesa (Burke, 2005). Sobre todo, porque como se verá en los capítulos cuatro y cinco, la comunidad de Spidercholo manifiesta esta concepción de la cultura popular, cuando a través del conjunto de palabras, imágenes y situaciones sociales que son retratadas en sus memes, hacen uso de símbolos que atañen al acervo de códigos que provienen de distintos sectores populares a manera de distinguir los gustos, objetos y situaciones que pertenecen a lo culto y lo popular, por lo regular de manera peyorativa y discriminatoria.

romper, epistemológicamente hablando, con el sentido común (Bourdieu, 2002b) y así poder postular una investigación sobre la interacción sociodigital que se gestaba en torno a los memes de Spidercholo, en Facebook, durante el año 2019. En ese sentido nos planteamos diversas preguntas como; ¿Qué temáticas son abordadas en los memes de Spidercholo?, ¿Qué personas, situaciones u objetos forman parte del humor de Spidercholo? ¿Cuándo surgió la comunidad en Facebook? ¿Qué tipo de lenguaje caracteriza los memes de Spidercholo? ¿Qué tipo de comentarios realizan sus seguidores al observar sus memes? ¿Cuántos memes sube al día Spidercholo? ¿Quién es el creador de Spidercholo? El auxilio de estas iniciales premisas nos permitió, por un lado, trazar ciertas coordenadas con respecto a la dinámica de la comunidad, y, por otro, visulizar la pauta para subir al siguiente peldaño, que consistió en dar una forma más amplia y detallada al estudio que a continuación presentamos.

La forma en que hemos organizado nuestra investigación se constituye a partir de cinco capítulos. El primer capítulo corresponde a la exploración del estado del arte alrededor del estudio de los memes en Internet. Como parte de este análisis logramos revelar asuntos que atañen a la forma, características, temáticas, conceptos y autores que principalmente se han abocado al estudio de los memes de Internet. Por otra parte, al realizar dicha indagación, también hemos logrado puntualizar los vacíos que en términos temáticos, conceptuales y metodológicos aún no han sido abordados en los estudios sobre los memes de Internet. Lo cual nos permitió habilitar una brecha inicial desde la cual posicionar nuestro objeto de investigación en relación a los memes de Spidercholo en Facebook.

En tanto que los memes de Internet representan un artefacto de comunicación cultural propio de la sociedad digitalizada, en el capítulo dos nos dimos a la tarea de señalar las características generales que permitan al lector contextualizar la situación de la comunicación social en la época actual y por ende el escenario donde se sitúa nuestra investigación. Luego de esa caracterización general del contexto, señalamos una de las problemáticas que se desprenden para los estudios de corte sociantropológico interesados en el ciberespacio e indicamos la perspectiva que guía nuestra indagación por la comunidad de Spidercholo en Facebook como parte de este contexto.

Derivado de la problemática que abrimos en el capítulo dos, en relación a plantear nuestro estudio socioantropológico como una indagación cualitativa, en el capítulo tres, que en general se trata de nuestro marco teórico-metodológico, nos pareció pertinente iniciar con

algunas consideraciones que atañen a un acercamiento cualitativo por el ciberespacio. Iniciamos indicando cómo la reconceptualización de nociones tales como la de comunidad virtual e internet dieron pie a la emergencia de nuevos abordajes metodológicos, entre los cuales destacamos el caso de la netnografía. Una vez esquematizado los presupuestos generales de la netnografía, en tanto que representa el método con el cual incursionamos en la comunidad de Spidercholo en Facebook, señalamos los elementos que en concreto forman parte de nuestro planteamiento metodológico, así como el marco conceptual devenido de la semiótica de la cultura de Barthes (1970) que utilizamos para el análisis de los memes de Spidercholo.

Como punto intermedio para pasar al análisis netnográfico por la comunidad de Spidercholo, en el capítulo cuatro presentamos los componentes estructurales y la evolución grafica que ha acompañado la aparición de los memes, mediante una esquematización que abarca cuatro generaciones, yendo del año 2000 a la actualidad. Luego de señalar los cambios que caracterizan a la cuarta generación de memes, y de indicar que es de esta etapa de donde se desprende la irrupción de la comunidad de Spidercholo en Facebook, nos avocamos de lleno a revelar algunos detalles iniciales con relación al personaje Spidercholo y ciertas cualidades de su comunidad en Facebook.

Semblanteadas las primeras cualidades que caracterizan a la comunidad de Spidercholo en Facebook, en el capítulo cinco presentamos todo el trabajo netnográfico que realizamos sobre la comunidad. En primer lugar, realizamos un primer nivel de sistematización que nos permitió conocer estadísticamente las propiedades generales –*big social data*- de la comunidad de Spidercholo en el año 2019. Este proceder nos permitió conocer asuntos como: cuántos memes se publicaron por mes en la comunidad, cuántos comentarios se registraron al mes y qué porcentaje de comentarios se registraron por mes de acuerdo con el número de memes publicados. En segundo lugar, redujimos ese volumen de información al tratamiento de las regularidades –*small social data*- mediante una segunda sistematización que consistió en identificar las temáticas que aparecían con mayor recurrencia en los memes de Spidercholo. De acuerdo con los resultados de esta segunda sistematización, detectamos que las dos principales regularidades temáticas que, en el periodo estudiado, cobraron mayor atención en los memes de Spidercholo y sus seguidores en Facebook, hacen alusión aspectos relacionados con el género –estereotipos machistas- y la clase –distinción-; este hallazgo nos

condujo a un tercer nivel de análisis, en el cual presentamos una serie de interpretaciones conducentes a la comprensión de las regularidades de significación obtenidas.

Finalmente, presentamos un apartado de conclusiones en las que señalamos las reflexiones que consideramos pertinentes para cerrar esta investigación. Asentado aspectos relacionados con los resultados obtenidos, las ventajas y limitaciones que representó el uso y adecuación del método netnográfico para el estudio de la comunidad de Spidercholo en Facebook, así como las posibilidades y retos que se abren a las Ciencias Sociales y Humanidades en términos teóricos y metodológicos, con respecto a los nuevos fenómenos que van emergiendo de las prácticas sociales dentro de la cultura digital.

## Capítulo 1. Entre conceptos, definiciones y metodologías: una revisión multidisciplinar sobre el fenómeno del meme en internet

La literatura existente sobre el tema recalca el origen del término meme al libro *The Selfish Gene* del biólogo inglés Richar Dawkins, publicado en 1976.<sup>3</sup> Desde el campo de las ciencias naturales, el meme, del griego *mimesis* que traducido al español sería “aquello que es copiado” permitía a Dawkins considerar la posibilidad de que, así como los genes transportan códigos hereditarios que colman de rasgos a los seres vivos, en el terreno de la cultura ocurría algo similar. Algunas canciones o la adopción de ciertas modas, fueron algunos de los ejemplos ofrecidos por Dawkins para representar su concepción de los memes; mismos que definió como aquellas “unidades de información que se propagan [...] saltando de cerebro a cerebro”(Dawkins citado por Gabrielle et al., 2017, p.1499).

Dawkins también ofreció tres categorías con las cuales se podía revelar algunas de las cualidades de los memes, como son: la longevidad, que se refiere al tiempo que un meme se mantiene activo durante su propagación; la fecundidad –que atañe a cuestiones con respecto a saber qué tanto se acepta, interioriza y se réplica un meme; y la fidelidad –que se refiere al nivel de correlatividad entre el meme original y sus réplicas (Hernández, 2014; Valverde, 2015; Orozco, 2018). A ese conjunto de principios teóricos se le denomina como la teoría memética y representa el primer encuadre analítico desde el que se desarrollaran los incipientes estudios sobre los memes durante los años noventa del siglo XX y principios de los dos mil (García, 2014).

La posterior innovación que se presentó en el Internet, principalmente su mutación hacia la Web interactiva 2.0, cuyo principal rasgo distintivo con respecto a lo que fue la Web 1.0 se basó en que las personas pasaron de ser meras audiencias consumidoras de contenidos en la Web a prosumidoras<sup>4</sup>, condujo a la aparición de nuevas formas de expresión e interacción digital, apoyadas en imágenes y textos escritos en un tono humorístico. A partir de ese momento, socialmente se les reconocerá a aquellas imágenes con el nombre de memes de Internet.

---

<sup>3</sup> Aunque Pérez (2020) también ubica los orígenes del concepto meme a finales del siglo XIX, como parte de los estudios psicosociales del sociólogo francés, Gabriel Tarde, en su libro: *Leyes de Imitación*.

<sup>4</sup> De acuerdo con Mayans (2002), es el nombre que se emplea para caracterizar el papel de creadores y difusores de información y contenidos que actualmente realizan las personas al usar las redes sociales digitales (RSD).

Como parte de ese contexto, ciertos investigadores vendrán a replantear los presupuestos originarios de Dawkins relativos al estudio sobre los memes. Por ejemplo, García (2014) argumenta que la aparición de los llamados memes en Internet revela mayores niveles de complejidad, alusivos a su creatividad y producción, por lo que, según este autor, la teoría memética propuesta por Dawkins pierde de vista dichos aspectos al no tomar en cuenta elementos como:

[...] los procesos culturales, comunicativos y de apropiación de los usuarios de Internet; por ejemplo, no dicen el por qué las personas crean o dispersan en la red memes, en qué espacios virtuales lo hacen, qué buscan con ello, etc. Es decir, lo que hace la teoría memética es reducir a los usuarios de Internet a simples vehículos de los memes sin tomar el papel activo de los mismos. (García, 2014, p.5)

Otra afronta a la teoría memética provino de Shifman (2014), quien identifica nuevas cualidades relacionadas con la estructura de los memes en Internet. Este autor resalta aspectos como el humor contenido en sus tramas narrativas, su configuración híbrida o mixta a partir de la cual se constituyen, entre otras características que no habían sido señaladas por Dawkins. Asimismo, Pérez (2017) propondrá una división con respecto a las dos rutas desde las cuales es posible encuadrar el estudio de los memes. Por un lado, la veta mentalista propia del campo de las ciencias naturales que continua los planteamientos de Dawkins y, por el otro, la emergencia de estudios enfocados en las propias representaciones, usos y definiciones que la gente hace con respecto a aquello que denominan memes de Internet. De tal manera que en esta nueva línea de exploración se comprenderá los estudios sobre los memes en Internet mucho más próxima al campo de las ciencias sociales.

Este será el momento en que se desplegarán diversos estudios desde las ciencias sociales enfocados en la comprensión de la serie de usos, significados y representaciones sociales a través de los memes en Internet. Por ejemplo, algunos de los campos disciplinarios que se han centrado en el estudio de los memes en Internet son: la antropología social, las ciencias de la comunicación y periodismo, la historia, las ciencias de la educación, las letras y la literatura, diseño gráfico y publicidad, los estudios visuales, la lingüística. Por último, los memes se han estudiado también desde la biblioteconomía y la informática.

Al vincularse la creación de memes en Internet con la esfera de la vida cotidiana, algunas de las principales temáticas que han sido abordadas por los investigadores han versado sobre

asuntos políticos (Quino, 2014; Wiggins, 2016; Pestarino y Winckler, 2018), religiosos (Gabrielle, Heidi, Mariah y Ellen, 2017), lúdicos (Pérez, Aguilar y Guillermo, 2014; Cortázar, 2014; Katz y Shifman, 2017) noticiosos (Ruiz, 2018) así como los relativos al género (Rentschler, y Thrift, 2015; Doncel, 2016; Lawrence y Ringrose, 2018) y las nuevas formas de alfabetización en la época digital (Knobel, y Lankshear, 2005; González, 2014; Procházka, 2014; Fajardo, 2018). Asimismo, en cuanto a los aspectos teóricos y metodológicos desde los cuales se han abordado el estudio de los memes en Internet, encontramos propuestas enfocadas en los imaginarios sociales (Valverde, 2015; Garduño, 2017) las teorías comunicativas (García, 2014; González, 2017) el performance (Moreno, 2017) la semiótica (Pérez, Aguilar, y Guillermo, 2014; Pérez, 2017) la etnografía virtual (Moreno, 2018) la informática (Orozco, 2018) y la biblioteconomía (Hernández, 2014). De modo que, en el plano metodológico se presenta una fuerte tendencia hacia el uso de métodos cualitativos con respecto al estudio de los memes en Internet.

En general, la revisión de la literatura, por una parte, nos permite reconocer el establecimiento de una línea de investigación dedicada a la comprensión y análisis de los memes de Internet desde las ciencias sociales. Por otra parte, la literatura revisada permite darnos de que diferentes investigadores han indagado sobre este fenómeno desde distintas perspectivas teóricas y en torno a alguna temática particular, lo que ha dado pie a la existencia de una variedad de conceptos y metodologías empleadas para el análisis de sus respectivos memes. Sin embargo, también es posible encontrar coincidencias al comparar sus estudios específicos, tal y como a continuación lo mostraremos.

### 1.1.- Análisis temático sobre los memes en Internet

Antes de presentar la revisión de los trabajos que se han elaborado en torno a los memes de Internet, conviene mencionar tres de sus principales características generales, dado que aparecerán con recurrencia en los distintos planteamientos. En primer lugar, dentro de los estudios se reconoce que los memes en Internet son imágenes o unidades de comunicación que expresan ideas que están enraizadas a un contexto social –de modo que toda utilización individual forzosamente comunica una idea colectiva-. Segundo, los estudiosos de los memes coinciden en que su principal cualidad narrativa es de tipo humorístico, a través de la cual se movilizan otras intenciones de significado por parte de sus emisores. Tercero, también hay un consenso en cuanto a que para la elaboración de memes se requiere de versatilidad en el

manejo de distintos signos. Lo que los investigadores mencionarán bajo términos como los remixes, la intertextualidad, las hibridaciones y las yuxtaposiciones.

#### Memes lúdicos

Los trabajos que se han centrado en los usos sociales de los memes en Internet con fines lúdicos, señalan ciertas afinidades con respecto a las funciones que llegan a cumplir este tipo de temáticas al manifestarse en las redes sociales. Tal es el caso del video meme *Harlem Shake* analizado por Pérez, Aguilar y Guillermo (2014). En su análisis, estos autores muestran que los estudiantes de la Universidad Autónoma de Coahuila, quienes colaboran en la realización del video meme cuyo propósito es la recreación de la escena humorística característica del baile *Harlem Shake*<sup>5</sup>, al subirlo al Internet en realidad manifiestan un interés por mostrar su pertenencia identitaria de tipo local a través de las redes globales. De manera que, para los autores, los memes en Internet poseen un sentido más profundo que el mero entretenimiento humorístico; “más allá de bromas o imágenes graciosas, se trata de signos en torno a los cuales se construyen sentidos, que dan lugar a comunidades que se relacionan entre sí con base en dichos referentes y funciones expresivas comunes” (Pérez Salazar et al, 2014, pp. 87-88).

En el estudio de Cortázar (2014) sobre los rumores que circulan en Internet o las *imágenes rumorales*, como él las denomina, se pone de manifiesto como el humor que envuelve a ese tipo de memes tiene un propósito que va más allá de la simple generación de risa. Ese sería un efecto deseado, mas no el significado eprofundo que contiene el mensaje socialmente compartido a través de las imágenes rumorales:

[...] Al ser la voz de la colectividad, las imágenes rumorales expresan preocupaciones, ansiedades y deseos colectivos, pero también son una forma en que la sociedad puede dirigirse a los grupos en el poder de forma anónima, pues se emplea la tercera persona del plural: dicen (no yo, sino ellos), de ahí que las imágenes suelen contener burlas, chistes y quejas contra políticos, estrellas de la farándula y el deporte y de otros representantes de las instituciones [...] suelen desvelar sentimientos profundamente conservadores (homofóbicos, sexistas y racistas) en contra de los grupos sociales marginados y las instituciones del poder

---

<sup>5</sup> Este video meme fue popularizado en la plataforma digital YouTube y básicamente se trataba de una escena de apenas 1 minuto máximo de duración, en la que un grupo de personas se mostraban en un estado de calma mientras que uno de los presentes bailaba siguiendo la canción Harlem Shake. Al cabo de unos segundos, cuando la canción llega a su clímax, todos los que estaban inmóviles aparecen ahora disfrazados y bailando junto a él en un completo estado desorganización y descontrol.

(medios de comunicación, la política, el ejército) por medio de la revelación de teorías conspiracionistas (Cortázar, 2014, pp. 202-203).

Los memes sin sentido, o aquellas imágenes que circulan en las redes sociales en ese aparente estado, serán la materia de análisis de Katz y Shifman (2017). En su caso estas autoras demuestran que en torno a ese tipo de memes -que carecen de una vinculación coherente entre sus signos y por lo mismo no conducen hacia el establecimiento de algún significado medianamente comprensible- es posible revelar la instauración de comunidades virtuales que se vinculan a su alrededor. A diferencia de la mayoría de los memes en Internet, donde la vinculación entre sus signos es clara y por lo mismo conduce a sus intérpretes hacia algún referente en común –es decir, a revelar un sentido- en el caso de los memes sin sentido se establece la vinculación con sus seguidores apelando a recursos emotivos u afectivos, tales como el humor absurdo. De manera que las autoras vislumbran, una vez más, cómo el humor manifiesto en los memes es trascendido de su inicial función lúdica hacia el establecimiento de comunidades virtuales.

En la mayoría de los casos, el significado exacto de los memes no es tan importante como las relaciones sociales generadas por su intertextualidad, lo que los convierte en una forma de comunicación altamente fática [...] Cuando se hace una declaración, invoca la estructura cognitiva de cierto fenómeno en el mundo. Los significados emotivos, por otro lado, se refieren a las respuestas emocionales de los participantes a las expresiones (Katz y Shifman, 2017, pp.7-8).

#### Memes sociopolíticos

Los investigadores que se avocaron al análisis de los memes de tipo sociopolítico (Quino, 2014; Wiggins, 2016; Pestarino, y Winckler, 2018), destacan sus dos cualidades –el humor y la expresión de ideas colectivas- con respecto a las funciones que cumplieron estos memes durante periodos de efervescencia ideológica. Por ejemplo, Quino (2014), quien se interesó por el análisis de los memes que se generaron durante las elecciones presidenciales en México durante el año 2012 -específicamente relacionados con la participación del ahora ex-presidente Enrique Peña Nieto en la Feria Internacional del Libro en Guadalajara, así como por las acciones que realizó el movimiento juvenil #Yosoy132- comprende el uso del humor en ellos de la siguiente manera: “[...] como una herramienta que, además de contrarrestar el poder y los abusos, también permite a la sociedad asimilar realidades duras” (Quino, 2014, p.19).

De tal forma que, para el autor, el recurso del humor manifestado en los memes, durante el transcurso de esos periodos políticos, serviría a las personas que los compartían y difundían por las redes sociales, como un medio de comunicación desde el cual era viable transmitir sus inconformidades, malestares y hasta enojos frente a las injusticias que se presentan en los procesos políticos. “Los chistes visten al político con este nuevo ropaje, contra su voluntad, para que la sociedad pueda verlo precisamente como él no quiere ser visto, sin dejar opciones para esconder sus vergüenzas” (Quino, 2014, p.73). Por ello, el autor enfatizará que los memes; “además de transmitir ideas, [...] están cargados de emociones. (Quino, 2014, p.77).

El trabajo de Wiggins (2016), alusivo a las confrontaciones que desde Internet se suscitaron a raíz del conflicto entre Ucrania y Rusia por la región de Crimea, también revela detalles interesantes sobre los usos políticos de los memes en contextos ideológicos. A través de los memes publicados en la cuenta de Twitter “RuNet Memes”, el autor dio seguimiento a las formas en que se atacaban los internautas de ambos países desde Internet. A partir de ahí, define a los memes en Internet como: “[...] un mensaje remixado e iterado que se difunde rápidamente por los miembros de la cultura digital participativa con el propósito de sátira, parodia, crítica u otra actividad discursiva.” (Wiggins, 2016, p. 452-453). Al mencionar el término remix, el autor atañe a un rasgo propio de los memes en internet, que se basa en el reconocimiento de que para su elaboración se combinan distintos códigos provenientes de fuentes diversas, tales como la televisión, el cine o la literatura. “Entre los intercambios meméticos hay referencias a la televisión rusa o ucraniana, al cine, al arte, la literatura, o la cultura pop, como el material de origen para crear insultos a los oponentes percibidos de Rusia” (Wiggins, 2016, p. 460). Finalmente, en su conclusión nos ofrece una visión sobre cómo los memes en Internet se convirtieron en formas de comunicación desde los cuales las personas, a favor de Ucrania o de Rusia, expresaron sus puntos de vista con respecto a las políticas emitidas por sus respectivos países:

Como artefactos de la cultura digital participativa, los memes de Internet asociados con el conflicto entre Rusia y Ucrania demuestran una capacidad comunicativa no sólo para satirizar y burlarse sino también para criticar la política, especialmente en los sectores donde la crítica no tiene arriendo [...] En otras palabras, el meme de Internet ofrece a los rusos, ucranianos y otros la oportunidad de expresar sus opiniones, ya sean superficiales o serias. (Wiggins, 2016, p. 480)

El uso de memes como medios de expresión política, también será señalado por parte de Pestarino, y Winckler (2018), quienes realizaron una comparación de las temáticas abordadas en los memes que se generaron desde Internet al momento de la transmisión del debate presidencial entre los candidatos Daniel Scioli y Mauricio Macrí, en Argentina en el año 2015. Su definición sobre los memes en Internet destaca cualidades tales como su evocación y propagación viral; “[...] dos características propias de los memes en Internet [son]: su poder de evocación (asociado al lugar que le otorgan a la interpretación) y su eficacia, vinculada en ese mismo poder interpretativo, así como a su propagación viral” (Pestarino y Winckler, 2018, p. 26).

En su interpretación, estos autores se basan en la noción de las imágenes pobres, un concepto que extraen de la antropología visual. Con el mismo se refieren a los memes que produjeron las personas al sintonizar el debate, para destacar su pobre o baja calidad ya que las imágenes fueron tomadas desde el televisor, con el teléfono celular. Como en los trabajos anteriores, estos autores también concluyen que el humor que manifiestan los memes es un mecanismo de contraataque frente a los poderosos. Asimismo, destacaron la utilidad de este humor en las manifestaciones del malestar de la población frente a la desilusión o descredito con respecto a las promesas de los candidatos. “El elemento humorístico es recurrentemente retomado en la producción de memes y utilizado en nuestro caso para realizar críticas tanto sobre el debate en sí mismo como sobre alguno de los dos candidatos en cuestión por la oposición” (Pestarino y Winckler, 2018, p. 31).

#### Memos como recurso noticioso

Pasando al uso de los memes como transmisores de información noticiosa, relacionada con ciertos acontecimientos de la vida cotidiana, encontramos el trabajo elaborado por Ruiz (2018) quien se enfocó en la situación de México. En su caso, a través de algunas de las imágenes que eran compartidas por los usuarios de redes sociales como Twitter y Facebook, analizó el uso de los memes como medios informativos. La intención de los creadores de estos memes era notificar sobre asuntos de índole política, con respecto a la inseguridad, el narcotráfico e incluso sobre desastres naturales, tomando como ejemplo el sismo que se suscitó el 19 de septiembre del 2017 en la Cd. de México y otros estados circunvecinos.

Como parte de los resultados obtenidos, la autora sostiene que una de las funciones que cumplieron los memes transmisores de noticias que atañen al mundo cotidiano, es la de haber representado: “[...] un modo de resistencia, una fuerza avasalladora que toma el pulso del acontecer diario y lo redefine sin censura. Concentran unidades mínimas de información transmisible al servicio de un grupo social con un toque de humor” (Ruiz, 2018, p. 124). En este caso, sobre la presencia del humor registrado en los memes que la autora recopiló, declara que a través de ese recurso es posible reconocer la emisión de emociones o sentimientos colectivos:

Para entender la presencia del humor en momentos de crisis hay que observar la mecánica que lo mueve: una fuerza esperanzadora que viene a llenar vacíos en todos los órdenes [...] como una bocanada de aire fresco que ventila el drama asfixiante, prepara ese plato que se sirve frío: la venganza en la ridiculización del poderoso (Ruiz, 2018, pp. 130-132).

La autora resalta la creatividad de quienes elaboran memes. Esto debido a que en sus imágenes es posible concebir verdaderas unidades de comunicación que apelan a distintas fuentes de información; lo que exigirá, de parte de quienes reciban el mensaje, un cierto bagaje informativo o cultural para poder descifrar el mensaje. “Pero, además de la tecnología, para hacer un meme es necesario también algo de creatividad e ingenio; algo que decir, denunciar, cuestionar o criticar; algo que merezca ser objeto de burla y sobre lo cual se deba tomar conciencia” (Ruiz, 2018, p. 129). Por último, también señala que los memes y sus rasgos humorísticos deben tomarse como parte de un análisis profundo del acontecer diario, debido a que; “los memes no sólo son un divertimento que comparten los internautas, sino también una visión comunitaria sobre el acontecer social que compete a todos” (Ruiz, 2018, p. 134).

#### Memes religiosos

Otra temática que ha sido abordada a través de los memes en Internet es la expresión religiosa. Las autoras Gabrielle, Heidi, Mariah y Ellen (2017) se propusieron rastrear las formas que adquiere la proyección de una identidad religiosa de tipo individual –que está ligada a su concepto clave sobre religión vivida- desde el uso de los memes en un entorno digital. Algunos de los resultados de su indagación que cabría mencionar, por ejemplo, se relacionan con la complejidad que atañe hoy la construcción de memes

Los memes actuales de Internet han superado estas formas no verbales simples para

incorporar imágenes y mensajes complejos que no sólo se enfocan en el humor, sino que también, según Limor Shifman, son "expresiones creativas de múltiples participantes a través de las cuales se comunican y negocian las identidades políticas y culturales. (Gabrielle et al., 2017, p.1498)

Las autoras afirman que decidieron volcarse al estudio de la cultura digital a través del análisis de los memes con un sentido religioso, debido a que éstos son: “[...] cruciales para la comprensión de la cultura digital, no solo como una característica de una subcultura de Internet, sino como un artefacto cultural que está adquiriendo un nuevo significado y función a medida que se adentra cada vez más en la corriente principal” (Gabrielle et al., 2017, p.1501). Por último, ante la creciente complejización que ha supuesto la intervención de las personas en la creación o producción de contenidos para internet –como los memes– las autoras resaltan que esta herramienta tecnológica se ha convertido en un nuevo escenario social donde se colabora en conjunto para que circulen las novedades del día a día, los sentimientos y la experiencia de varios grupos sociales que se conectan a la red.

Esta rápida difusión y modificación de los memes de Internet en línea permiten comprender cómo se produce y se transmite la cultura dentro de los nuevos contextos de medios, un proceso que ejemplifica la "cultura participativa". En donde la Internet está poblada por prosumidores, un término acuñado por Alvin Toffler en 1980 para ilustrar simplemente la naturaleza simultánea del consumo y la producción de individuos. (Gabrielle et al., 2017, p.1500)

#### Memos y expresiones de género

Al trasladarnos al análisis de los memes desde la perspectiva de género (Rentschler y Thrift, 2015; Doncel, 2016; Lawrence y Ringrose, 2018) sobresale la manera en que son expresadas las diferencias entre los géneros en relación a ciertos contextos y espacios sociales.

El trabajo elaborado por Doncel (2016) se concentra en el análisis de algunos memes que eran compartidos por mujeres de aproximadamente 55 años de edad, a través de la aplicación WhastsApp, mientras laboraban en una fábrica. En primer lugar, en la definición que nos ofrece la autora acerca de los memes podemos identificar similitudes con respecto a las que hemos mencionado en otros estudios, al señalar que: “[...] la característica principal de los memes, al igual que el chiste, es la brevedad. Una de sus pretensiones consistiría en relativizar y poner distancia, desde el humor, a las tensiones, malestares y conflictos de la vida cotidiana” (Doncel, 2016, p. 25).

Como la finalidad de su estudio era averiguar el tipo de relación que proyectaban los memes que compartían las mujeres trabajadoras en la fábrica con respecto a sus jefes y sus compañeros varones, la autora destaca el factor contextual como una condicionante para el desciframiento de los significados que envuelven a sus memes: “Los memes anclados, en su producción y distribución, a un contexto socio-cultural concreto muestran evidencias del imaginario compartido, cómo nos vemos y nos ven, de qué nos reímos y cuándo somos objeto de risa” (Doncel, 2016, p. 43). En ese sentido, el conjunto de memes que eran compartidos desde WhatsApp por las trabajadoras evidenciaron, de manera implícita, la serie de representaciones simbólicas que atañen a sus circunstancias vivenciales dentro de la fábrica en relación con sus jefes, supervisores, compañeros varones y entre ellas mismas. Lo que manifiesta, según la autora, que a través de sus memes y el humor que conllevaban las imágenes, la intención de enviar un mensaje y no sólo generar risa.

El humor tiene diversas funciones [...] aunque sin duda puede mostrar, mediante la distancia de lo cómico, malestares estructurales [...] El humor operaría como un mecanismo social para reírse de los desencuentros de cada día, acumulados y sedimentados en las relaciones de pareja. Mediante la ridiculización y la exageración se invierten los dispositivos de tensión y conflicto y, mediante el divertimento, se expresan los sin sabores de las asimetrías, en este caso de género [...] Muchos estímulos cómicos, lejos de la neutralidad, inducen a una interpretación tendenciosa que nos señalan que la risa también está mediada por la estructura social, y, por tanto, está atravesada por el poder (Doncel, 2016, pp. 34-43).

Lawrence y Ringrose (2018), buscaron confrontar la definición sobre el postfeminismo, -en la que se concibe una discusión relacionada con asumir el tema de la igualdad de las mujeres frente a los hombres como un tema obsoleto y que no circula en la actualidad desde los medios tradicionales- con las manifestaciones humorísticas que se proyectaron desde los memes que se difundían en la cuenta de Twitter “@NoToFeminism”. En su trabajo resaltan que la emisión de memes con tintes feministas en las redes sociales permite a las mujeres nuevas formas de apropiación de los espacios virtuales, toda vez que las feministas recurren a esos ciberespacios para: “hacer visibles voces y cuerpos marginados, ya sea amplificando las historias de otros o llamando la atención sobre sus propias experiencias, lo que ha abierto espacios significativos para la resistencia a las feminidades hegemónicas.” (Lawrence y Ringrose, 2018, p. 213).

En esa misma línea Rentschler y Thrift (2015) realizaron un estudio sobre los memes que se elaboraron alrededor de un movimiento feminista en Internet, llamado "Binders Full of Women" –o carpetas llenas de mujeres- e identificaron que, si bien espacios virtuales como Amazon, Facebook y Tumblr no están diseñados con orientación de género, las incursiones de los grupos feministas por esas páginas las transformaron, mediante la colocación de memes con orientación feminista en sus secciones de comentarios, a manera de visibilizar sus demandas e inconformidades:

Las secciones de comentarios y reseñas en línea en Amazon.com se volvieron espacios productivos para la creación, recopilación y circulación de la crítica feminista oportuna y la construcción de comunidades: una infraestructura feminista para la respuesta en red y la sensibilización. (Rentschler y Thrift, 2015, p. 4)

Al identificar el componente humorístico en los memes que recopilaron Lawrence y Ringrose (2018) consideran que la utilización de rasgos risorios, humorísticos y chistosos en los memes que transmitieron las feministas tuvieron el siguiente efecto:

Alientan el pensamiento crítico, invitan a las audiencias a formar parte de un complejo conjunto de entendimientos sobre el poder y los privilegios. También difunden una sensibilidad feminista interseccional, ya que se convierten en parte de la conciencia colectiva asociada con la cuenta y otras similares a medida que se retuitean y gustan [...] El uso del humor y el sarcasmo para articular la ira femenina es un componente crítico para el feminismo. (Lawrence y Ringrose, 2018, p. 218-229)

A su vez, Rentschlet y Thrift (2015), al identificar los rasgos humorísticos dentro de los memes feministas que estudiaron, sostienen que podrían considerarse como nuevas formas de construir colectividades politizadas en la era digital. En comparación con otras épocas, las actuales manifestaciones de protestas en línea se realizan desde la creatividad y el uso del humor como principal integrador.

Nuestro análisis ha examinado cómo el humor de "Carpetas llenas de mujeres" revela un efecto colectivo que es a la vez político y divertido [...] El humor y la estupidez de "Carpetas llenas de mujeres" fueron esenciales para sus posibilidades de construcción de la comunidad [...] La comunidad aquí no se produce a través de la proximidad física o la pertenencia a una organización, sino a través de estructuras de comunicación en red a distancia, particularmente en forma moderada. (Rentschlet y Thrift, 2015, pp. 13-23)

Con respecto a la pertinencia sobre el análisis de los memes desde una perspectiva de género, Lawrence y Ringrose (2018) consideran que esta emerge de la posibilidad de visualizar, por un lado, cómo desde las redes sociales se generan espacios de discusión en

torno a las posiciones antifeministas, y, por otro lado, de la posibilidad de mostrar que los actuales medios digitales les permiten a las mujeres expresarse de maneras novedosas al hacer críticas cómicas y creativas mediante el uso de memes.

Lo que está claro, sin embargo, es que las redes sociales ofrecen un espacio incomparable para redefinir, debatir y defender los feminismos emergentes contra los detractores generalizados y para usar el humor para impulsar nuevas audiencias, discusiones y debates sobre lo que están en juego. (Lawrence y Ringrose, 2018, p. 230)

Rentschlet y Thrift, (2015) pondrán el énfasis en la importancia de analizar la construcción y difusión de memes desde una óptica feminista, asumiendo dicha práctica como una nueva forma de mantener activo el movimiento feminista. Analizar sus discursos, difundidos en el Internet, nos facilita percibir las problemáticas cotidianas por las que atraviesan las mujeres en las distintas esferas sociales y particularmente en la escena política.

La producción y propagación de memes feministas apuntan a la importancia de la acción comunicativa en red para la construcción de movimientos feministas. El meme de “Carpertas llenas de mujeres”, energizado por comentarios políticos divertidos y mordaces, proporcionó una red tecnológica, cultural y afectiva que permitió a los participantes desarrollar el feminismo y, lo que es más importante, una experiencia de feminismo, en conjunto, a través de sus diferencias, en espacios compartidos. (Rentschlet y Thrift, 2015, p. 23)

#### Memes como formas de alfabetización digital

Otra de las temáticas que han abordado los analistas de los memes en Internet, es su manifestación como elementos que representan esas nuevas formas de aprender a leer y escribir en la era digital (Knobel y Lankshear, 2005; González, 2014; Procházka, 2014; Fajardo, 2018). Por ejemplo, en el trabajo realizado por Fajardo (2018), en principio, se nos indica que la actual comunicación digital ha levantado una nueva forma de lectura, distinta a la tradicional -que era de tipo horizontal- y desplazada hacia una que este autor denomina hipertextual, caracterizada por ser una lectura establecida a través de distintas conexiones y links que se ofrecen desde las páginas de Internet.

Tal y como señala Procházka (2014, p.63), esto se debe a que Internet: “ha introducido nuevas habilidades de comprensión de lectura en línea que redefinen el concepto tradicional de alfabetización [...] se requieren conocimientos de fondo adicionales o un nuevo conjunto de habilidades para ser un lector en línea exitoso.” Ante tal situación, menciona Fajardo (2018), aquellas personas que no se encuentren actualizadas en cuanto al conocimiento de

los neologismos que constantemente se generan en la cultura digital, quedarán a expensas de la comprensión de las nuevas formas de crear narrativas:

Todo aquel que recién inicie o no haga mucho uso de las redes sociales, se encontrará cada vez con diálogos llenos de abreviatura, términos desconocidos, neologismos de dudosa procedencia, ausencia de consonantes y/o vocales, y muchos más términos que aumentan cada día en la era actual (Fajardo, 2018, p16).

Dentro de este contexto de constante innovación de las formas de alfabetización auspiciadas por las tecnologías de la comunicación, sostiene Garcia (2014, p. 64), se insertan los memes de internet. Sus tramas narrativas van convirtiendo sus significados en textos sumamente complejos, que quienes “no sean capaces de mantenerse al día con los últimos fenómenos e iconografía cultural de este medio, no serán capaces de participar en las conversaciones que se lleven a cabo en la Red, porque no entenderán el lenguaje que ahí se utiliza.” Precisamente los memes de internet -junto a los gifs, los emojis y, como señalará González (2014) los propios anacronismos que aparecen en los comentarios de los usuarios- constituyen esos elementos que caracterizan a la actual alfabetización digital.

En ese sentido, los memes de Internet como nuevas formas de alfabetización, según Fajardo (2018, p. 9) representaran: “un discurso [...] de forma icónica a través de símbolos e imágenes con el propósito de difundir ideas, sentimientos y emociones de forma viralizada por la red.” Gonzalez (2014, p. 61), por ejemplo, identificará a los memes “como todas aquellas unidades de información cultural que son transmitidas [...] formas de expresiones de una sociedad o de una persona, es decir; costumbres, prácticas, maneras de ser, rituales, tipos de vestimenta y normas de comportamiento están dentro de este concepto.” Y para el caso de Knobel, y Lankshear (2005, p. 1), los memes vistos desde esta perspectiva serán asumidos como: “patrones contagiosos de información cultural que se transmiten de una mente a otra y que moldean y generan directamente las acciones y la mentalidad clave de un grupo social.”

Algunas de las aportaciones de esta perspectiva consisten en asumir a los memes en Internet como nuevas formas narrativas elaboradas por la propia gente. De modo que su utilización refiere a la adopción de diversos fines. Por ejemplo, Procházka (2014, p. 54) resaltará los memes como nuevos difusores de valores éticos, señalando la posibilidad de que las

personas puedan; “construir y participar en prácticas de alfabetización que involucran nuevas cosas éticas: diferentes tipos de valores, sensibilidades, normas y procedimientos, etc. en comparación con los que caracterizan las alfabetizaciones convencionales.”

Knobel y Lankshear (2005, p. 17) consideraran que estudiar los memes desde la perspectiva de las nuevas alfabetizaciones puede contribuir a la identificación de ciertos factores relacionados “con las limitaciones de las concepciones estrechas de alfabetización y nuevas tecnologías, así como a comprender las nuevas formas de participación e influencia social, y las nuevas formas de practicar la alfabetización crítica en la vida cotidiana.” Y, finalmente, Fajardo (2018) señalará que el análisis de los memes en Internet cobra la mayor de las importancias al constituirse como un recurso expresivo desde donde vemos reflejados los modos de diversión, sentimientos y hasta los malestares por los que transcurren los grupos sociales en determinados lapsos de sus vidas.

Los memes, al igual que la mayoría del contenido encontrado en las redes sociales, son creados por los propios usuarios, adaptándolos a su cultura, vivencias y entornos buscando ridiculizar una situación o personaje e identificándose con los demás por lo que se vuelve un concepto universal para la comunidad. (Fajardo, 2018, p.19)

## 1.2.- Propuestas teórico-metodológicas sobre los memes en Internet

En este apartado ubicamos otro conjunto de estudios sobre los memes en Internet, en los que se viene a confirmar y a la vez a proponer nuevas perspectivas teórico-metodológicas para analizar dicho fenómeno comunicativo. Los estudios que a continuación mencionaremos corroboran los componentes clave que hemos ido mencionando. Entre los más importantes, la concepción de los memes de Internet como aquellas unidades de comunicación que comprimen significados subjetivamente compartidos y desde los cuales se transmiten sentimientos, emociones, ideas o malestares de acuerdo con el contexto de emisión. Asimismo, la constatación de que tanto su principal cualidad narrativa es de tipo humorística. Por último, el consenso de los analistas sobre que para su creación se requiere de una versatilidad e ingenio en el enlazamiento de distintos códigos dotados de significados culturales, lo cual produce artefactos culturales basados en formas híbridas, remixadas, intertextuales o yuxtapuestas.

Pero para no redundar en estos componentes básicos sobre los memes de Internet, en los estudios que analizaremos a continuación nos avocamos en señalar elementos teóricos y metodológicos que los autores proponen con la finalidad de comprender los usos de los memes de Internet.

Los memes como mediadores de la comunicación social desde Internet

Uno de los trabajos que aborda a los memes desde el ámbito de las teorías de la comunicación, es el realizado por González (2017). A partir de un concepto como el de la mediación, su investigación se centró en el seguimiento de una página de Facebook administrada por estudiantes de psicología en la UNAM, durante un lapso de tres meses.

Mediante la elaboración de diez entrevistas a profundidad realizadas con estudiantes de psicología -nueve mujeres y un hombre- que eran seguidores de la página, a grandes rasgos, la intención de esta investigadora era analizar y comprender cómo la serie de memes que ahí se publicaban eran expresiones de las vivencias que iban experimentando las jóvenes y el joven entrevistados en tanto estudiantes de psicología. Encontró que los memes fungían con un mediador en el que se expresaban su situación existencial en términos académicos, personales y cotidianos. [...] el compartir memes, [...] implica más que sólo hacer público el contenido de las imágenes, es una manera de dar paso y cause a las emociones generadas por distintas experiencias” (González, 2017, p. 4).

Los memes fungían como enlace que mediaba entre las experiencias que vivían de forma individual (como podrían ser amoríos o enojos) y la colectiva (a partir de sus reacciones al recibir sus calificaciones o en asuntos relacionados con su convivencia con los profesores), al formar parte de un grupo de estudiantes de psicología en la UNAM. En síntesis, para la autora “el meme entonces, se convierte en un instrumento mediador de la expresión emocional de las vivencias cotidianas, a través del cual los jóvenes dan sentido a sus experiencias como participantes de distintos contextos de práctica social” (González, 2017, p. 5).

Memes desde la perspectiva del performance

Otra propuesta conceptual para el análisis de los memes de Internet es la generada por Moreno (2017). En su caso, propone trabajar los memes en Internet tomando el aparato

conceptual desde los planteamientos del performance. La autora encuentra un paralelismo entre la definición sobre los memes como elementos comunicativos desde los que se transmiten ideas que se replican masivamente y la definición existente en torno a la perspectiva de los performances, al señalar que; “las performances operan como actos vitales de transferencia, transmitiendo el saber social, la memoria y el sentido de identidad a partir de acciones reiteradas” (Moreno, 2017, p. 7). Conforme a esta similitud, la autora nos aporta dos observaciones con respecto al manejo de los memes con fines analíticos. Por un lado, menciona que el interés existente desde las ciencias sociales por encarar el estudio de los memes se debe a la importancia del mensaje que difunden:

[...] la riqueza simbólica y cultural que se encuentra detrás de ellos, aún cuando luzcan trazos torpes o imágenes pixeladas. [...] Si lo central de los memes se encuentra en el mensaje es importante tener presente que ese mensaje proviene de un individuo o de un grupo inmersos en un contexto particular donde las condiciones políticas, culturales, sociales, económicas entre otras pueden ser manifestadas a través de una imagen o una animación GIF” (Moreno, 2017, pp. 5-6).

Por otro lado, resalta la horizontalidad que caracteriza la producción y circulación de los memes en Internet. Es decir, al afirmar que los memes son creaciones que realiza la gente como parte de su experiencia al usar Internet, nos revela que:

Los usuarios pueden leer los contenidos, interpretarlos y que al mismo tiempo pueden escribirlos, modificarlos o editarlos de tal manera que se adapten al contexto y a la audiencia a la que forman parte [...] los contenidos visuales que se distribuyen por Internet son imprescindibles para contar historias y crear sentido, asimismo permiten la expresión de emociones particulares, opiniones y reacciones empleando elementos pre-existentes originales o como remixes. (Moreno, 2017, p.4)

#### Memes desde los imaginarios sociales

Otra perspectiva teórica conceptual habilitada para el estudio de los memes en Internet proviene del referente de los imaginarios sociales. En este rubro podemos mencionar el trabajo realizado por Valverde (2015) y Garduño (2017) en relación al concepto de imaginario social. En principio, la pretensión de Valverde (2015) era analizar la serie de signos iconográficos y textuales de 50 memes que los usuarios de Facebook compartían, específicamente centrando su atención en las páginas ¡Chendo!! (*100% Cuencano*), *Vesijue!! 100% Morlaco*, *Cantinfladas Cuencanas*, *Nosotros los Morlacos*, entre otras, con el propósito de re-construir el imaginario social que conservan los seguidores de esas

páginas en relación con la ciudad de Cuenca, en Ecuador.

En primera instancia, esta autora nos indica que su abordaje teórico se centró desde el análisis semiótico, motivado por el hecho de percibir ciertas limitaciones con respecto al estudio de los memes desde los postulados de la teoría memética de Dawkins: “[...] transportar los conceptos de la teoría de Dawkins a los memes de Internet no sirve para explicar adecuadamente este fenómeno. Entonces, la teoría memética sirve únicamente para explicar el origen del término” (Valverde, 2015, p.26).

Valverde (2015) nos indica que, al igual que el lenguaje, los memes se encuentran vinculados con la sociedad de pertenencia. Sin embargo, a diferencia del lenguaje que se apoya en signos y sonidos para transmitir mensajes, los memes logran combinar elementos visuales, iconográficos, lexicográficos y sonoros en la creación de sus discursos. Por lo que las temáticas que logra abordar son prácticamente infinitas.

Hoy, cualquier acontecimiento público es propicio para generar nuevos memes: el mundial de fútbol, la entrega de los premios Óscar, las elecciones presidenciales, escándalos de las celebridades y en sí, eventos de cualquier ámbito social, cultural y deportivo. Por lo tanto, los memes también son, indicadores de la reacción de la población ante acontecimientos públicos, lo cual también le da un tinte político. (Valverde, 2015, p.32)

Esta capacidad de los memes en Internet para convertirse en una suerte de relatores de toda clase de acontecimientos y situaciones relacionadas con la cotidianidad, será señalado también por Garduño (2017, p. 149), al reflexionar sobre la capacidad que ahora poseen los memes, para generar nuevas socializaciones a su alrededor desde el ciberespacio.

Estamos viviendo tiempos en que se buscan nuevas maneras de estar juntos y una de ellas es vivir experiencias emocionales colectivas, y justo parece que se está haciendo alrededor de las imágenes meméticas; las cuales algunas se convierten en fenómenos virales, muy posiblemente por la necesidad de sentirse parte de algo más vasto.

En el análisis de sus memes, Valverde (2015) encuentra el componente humorístico en ellos. Advierte, sin embargo, que para que el significado humorístico surta efecto, se requiere que el receptor o receptora del mensaje cuente con un bagaje cultural desde el cual apoyarse para poder descifrarlo:

Los memes son esencialmente una parodia y justifica que el humor solo se presenta en el caso de que el receptor posea un mínimo conocimiento sobre el objeto o realidad parodiada, ya que, no produce una reacción en los potenciales receptores salvo que estos compartan la citada información requerida. (Valverde, 2015, p.33)

Con respecto a las principales conclusiones a las que arribaron Valverde (2015) y Garduño (2017), es menester resaltar las siguientes. De Valverde (2015) en cuanto a que los significados de los memes son producto de la interacción entre los administradores de las páginas y sus seguidores en Facebook:

La interacción virtual ha suscitado diversos cambios, entre ellos la creación de nuevos discursos como los memes, que a su vez posibilitan una lectura actual de la ciudad. En efecto, los memes que circulan diariamente en las redes sociales, específicamente Facebook, recrean prácticas, gastronomía, lugares y léxico característicos de las diversas ciudades, países, comunidades (Valverde, 2015, p. 37)

Por lo que la serie de memes que se construyen y circulan por las páginas que analizó Valverde (2015) en Facebook, se caracterizan por proyectar un imaginario social sobre la ciudad de Cuenca, Ecuador, en el que: “se plasman [...] con un toque de picardía y humor [...] formas de representación simbólicas de una comunidad o de una ciudad, que nos permiten reconocer elementos identitarios comunes de sus habitantes” (Valverde, 2015, pp.3-37).

A su vez, una de las conclusiones de Garduño (2017) es que, si la gente percibe que: “[...] un meme expresa lo que sienten, al mismo tiempo [...] ven en este tipo de imágenes la posibilidad de que puedan representar lo que de otro modo no podrían decir.” (Garduño, 2017, p. 175). De modo que una segunda premisa relacionada con el estudio de los memes en Internet desde el marco conceptual efectuado por los imaginarios sociales, dice:

[...] representa un nuevo abordaje que permite una mirada diferente a este fenómeno social, que está siendo tomado con mayor seriedad desde distintas disciplinas sociales [...] El poder de hablar y sobre todo de la imagen en las redes sociodigitales adquiere un nuevo estatuto simbólico, la imagen memética creada en colectivo se configura como un espacio de resistencia para expresar las afecciones. (Garduño, 2017, pp.180)

Los memes desde la etnografía virtual

Uno de los planteamientos metodológicos que cabe resaltar es el desarrollado por Moreno (2018). Esta autora busca explorar cómo se crean los memes de la página de Facebook

UAMemes. Su finalidad es develar el trabajo creativo que supone realizarlos y para ello intenta armar un campo de estudio amplio a partir de tres distintos puntos de análisis. Recurriendo al uso metodológico de la etnografía virtual, y siguiendo el planteamiento conceptual de Bourdieu sobre los tres tipos de capitales (institucional, incorporado, objetivado), primero, la autora dio seguimiento a los memes que se diseñaban desde talleres institucionales a manera de hablar del capital cultural de tipo institucionalizado. Segundo, revisó los memes que se publicaban desde la página de Facebook UAMemes durante un año, para corroborar el capital cultural incorporado. Y, en tercer lugar, al entrevistar al propio administrador y creador de contenidos de la página UAMemes, buscó enmarcar el capital cultural objetivado.

A grandes rasgos, la autora intentó vincular los tres tipos de capitales - institucional, incorporado y objetivado- para demostrar el poder analítico del concepto de capital cultural de Bourdieu en la investigación de los memes. Además, se propuso demostrar que, para la creación de los memes se establece una comulgación entre los capitales de dos principales agentes, por un lado, por quienes generan los memes y por el otro, los que los reciben.

De acuerdo con Grimson al referirnos a configuraciones culturales se hace manifiesto que “cada grupo significa, valora y jerarquiza sus propias diferencias de maneras distintas” (2011, p. 183) y una forma de apreciarlo es a través de memes en los que se manifiestan valoraciones y diferencias entre grupos que poseen ciertos bagajes simbólicos con los que pueden interpelarse a sí mismos y a otros ya que, aun cuando haya interpretaciones distintas y opuestas a las mismas enunciaciones, cada grupo o actor tendrán un marco de referencia a partir del cual puedan asimilarlas debido a que hay una lógica sedimentada de la heterogeneidad dentro de ese contexto que permite clasificarlo y organizarlo [...] con lo que se establecen espacios y regímenes de sentido. (Moreno, 2018, p.45)

Con respecto a la etnografía virtual, cabe resaltar que la autora contempla realizar estudios enfocados en las prácticas sociales que se desarrollan de forma paralela entre lo *online* y *offline*. Tal y como ocurrió en su investigación, al transitar entre lo *online* –que se suscitaba cuando revisaba los memes desde el Facebook- y lo *offline* – cuando entabló una entrevista con el creador de los memes de la página UAMemes-.

La propuesta de una etnografía virtual, multisituada y dinámica, es decir conectiva, permite un acercamiento a las interacciones mediadas y a las prácticas que surgen en torno a ellas y al uso de Internet considerando la importancia que éstas tienen en

la vida cotidiana de las personas. (Moreno, 2018, p.63)

Finalmente, la autora destaca la importancia de acercarse a la utilización de metodologías novedosas, tales como la etnografía virtual, en vista de que la propia actualidad, que se presenta como globalizada, digital y heterogénea, impone a los investigadores inmersos en objetos de estudio que se construyen en ambos planos de la realidad, la necesidad de recurrir a métodos acordes con las exigencias del contexto.

El estudio de Internet es necesario ya que se trata de un espacio donde las personas desarrollan diversas actividades de la vida cotidiana, asimismo, es un espacio en el que el contexto histórico, social y cultural en el que se encuentran los usuarios no es ajeno. Explorar este espacio nos permite conocer y comprender diversos aspectos de las relaciones entre usuarios, así como sus intereses, gustos, deseos, molestias e inquietudes [...] La etnografía digital permite explorar las relaciones, prácticas y objetos que se encuentran entramados en la vida cotidiana de forma creativa y colaborativa. (Moreno, 2018, pp. 65-69)

### 1.3.- Conclusiones

La revisión de la literatura nos permitió reconocer el establecimiento de una línea de investigación desde las ciencias sociales que se ha concentrado en la comprensión y análisis de los memes en Internet, anclada en diversos campos académicos como son: la antropología social, las ciencias de la comunicación y el periodismo, la historia, las ciencias de la educación, las letras y la literatura, diseño gráfico y publicidad, los estudios visuales, la lingüística así como también desde la biblioteconomía y la informática.

Las principales áreas temáticas que han sido abordadas por los investigadores se encuentran enraizadas en cuestiones de índole política, religiosa, lúdica, noticiosa, de género y la alfabetización digital. Asimismo, algunos de los enfoques teórico- metodológicos utilizados para ensanchar la complejidad del estudio de los memes en Internet han sido el de los imaginarios sociales, las mediaciones, el performance, los capitales sociales y el de la etnografía virtual.

Del cúmulo de planteamientos que se han realizado alrededor de los memes en Internet, es posible indicar algunas de sus principales cualidades. Por ejemplo, que los memes en Internet se pueden definir como aquellas unidades de comunicación que comprimen, por medio de palabras e imágenes codificadas, significados socialmente compartidos desde los

que se transmiten sentimientos, ideas, críticas o malestares en relación al contexto de emisión (Shifman, 2014; Pérez, 2017). Asimismo, que dicha transmisión de ideas socialmente reconocidas en los memes de Internet, se suelen presentar desde una fachada narrativa de tipo humorística. También, que la creación y recepción de los memes amerita una dosis de versatilidad, ingenio y creatividad en el trabajo de enlazamiento de los distintos códigos culturales de los que se nutren, proceso que la literatura sobre el tema ha denominado los remixes, las hibridaciones, las intertextualidades y las yuxtaposiciones. En conjunto, todos estos elementos constituyen las características básicas de los memes en Internet.

La revisión de la literatura, por otra parte, nos permite señalar que existe un déficit con respecto a incursiones socioantropológicas en el estudio de los memes. Con ello hacemos referencia a una invisibilización de las prácticas que los individuos realizan en torno a la producción de espacios para interactuar en la cultura digital. En otras palabras, parece que de momento no se busca comprender lo que acertadamente De Certeau (1996) concibe bajo el rubro de las “maneras de hacer”.

[...] qué maneras de hacer forman la contrapartida, de lado de los consumidores (o ¿dominados?), de los procedimientos mudos que organizan el orden sociopolítico. Estas “manera de hacer” constituyen las mil prácticas a través de las cuales los usuarios se reapropian del espacio organizado por los técnicos de la producción sociocultural (De Certeau, 1996, p. XLV).

Siguiendo este planteamiento, resalta el hecho de que sólo el estudio de Moreno (2018), enfocado en la página de Facebook UAMemes, se haya interesado en indagar sobre un espacio digital creado por la gente para interactuar entre ellos por medio de los memes. La gran mayoría de trabajos revisados y reseñados muestran un total desinterés por las dinámicas de las personas que han creado un sinnúmero de páginas o comunidades digitales al interior de las redes sociodigitales tales como Facebook, WhatsApp o Instagram, en las que hacen patentes sus maneras de hacer. Es decir, al interior de estas redes sociodigitales las personas se apropian de ellas, re-creándolas mediante la instauración de sus propios submundos digitales (Gómez Cruz, 2017). Espacios donde producen sus propios códigos de interactividad a partir de frases, mensajes, videos y por supuesto, memes, vinculados a una gran variedad de motivaciones, intenciones y necesidades.

Pensamos que esta ausencia puede derivar de los intereses de las investigaciones, en donde apriorísticamente los investigadores establecen un tema de investigación –dígase el feminismo, la política o la religión- y desestiman centrar su mirada en una(s) de las tantas páginas o comunidades digitales que existen al interior de las redes sociodigitales. Situación que los conduce a sustraer, indiscriminadamente, de entre una u otra página o de entre una u otra red social, los memes que les sean útiles a sus presupuestos teóricos, metodológicos o temáticos, dejando de lado un amplio rango de páginas y comunidades que las personas crean dentro de las redes sociales y desde las cuales se producen, comparten y establecen distintos memes de Internet.

Otro vacío detectado en el estado del arte se sitúa en los nulos planteamientos que existen alrededor de aquellas cuestiones que atañen a las representaciones de desigualdad o de discriminación que se proyectan desde los memes. Los investigadores han privilegiado las temáticas políticas, lúdicas o de alfabetización, como lo hemos revelado.

Por último, consideramos que ambas deficiencias se derivan de la todavía poca incursión de las disciplinas socioantropológicas (principalmente la sociología y la antropología) al estudio de los memes en internet. Situación que se vuelve notoria al concebir que es el campo de la comunicación que con mayor énfasis ha tomado este objeto como fenómeno de análisis. En ese sentido, hablar de una mirada socioantropológica del ciberespacio, como señala el antropólogo Del Fresno (2011, pp.57-58), es considerar que ésta nos debe proporcionar un contacto con “comunidades online [...] esferas sociales que están ocultas socialmente, minoritarias o difíciles de localizar físicamente y que, sin embargo, encuentran en el ciberespacio un caldo de cultivo natural para su formación y expresión.” Por tanto, se considera necesario y viable incursionar con otros planteamientos teórico-metodológicos que no han sido probados para el análisis de los memes en internet. Como en nuestro caso, donde proponemos el mapa conceptual devenido de la semiótica de la cultura, así como el recurso del método netnográfico para incursionar en la página de Spidercholo en Facebook. Esto con la finalidad de que, por un lado, se expanda la comprensión socioantropológica hacia la creación de distintas páginas que se dedican a construir memes, y, por otro lado, se logre visualizar este nuevo fenómeno de la comunicación digital desde planteamientos que nos

permitan incursionar en las diversas maneras en que la gente produce sus propios espacios de socialización en la cultura digital, a partir de los memes de Internet.

En el siguiente capítulo ahondaremos con mayor detenimiento en la lectura que hacemos sobre el contexto social en el que se asienta la estructuración de la comunicación digital. A manera de que, a partir del señalamiento de los principales rubros a tener en cuenta dentro del conglomerado número de procesos que actualmente dan forma a nuestra sociedad digital, especifiquemos al lector la respectiva ruta problemática en la que se inscribe nuestra investigación sobre la comunidad de Spidercholo en Facebook.

## Capítulo 2. Comunicación, globalización y sociedad digital

Estimamos que el hombre no puede ser separado de su medio, que es completado por su vestimenta, su casa, su ciudad, su provincia, y, a partir de ese momento, no notaremos ni un sólo fenómeno de su cerebro o de su corazón, sin buscar las causas o el contragolpe en el medio. El personaje se ha convertido en un producto del aire y del sol, como la planta [...] estamos en el estudio exacto del medio, en la comprobación de los estados del mundo externo que corresponden a los estados interiores de los personajes.

Émile Zola, 1880, *La novela experimental*.

### 2.1- La comunicación digital

Históricamente, la comunicación ha representado una de las herramientas más importantes en el establecimiento de interacciones entre los seres humanos. La comunicación humana es un fenómeno social – y no sólo un hecho lingüístico que relaciona sujeto, sentido y lenguaje (Victoriano, 2013, p. 22)- dado que las diversas formas que adquiere están determinadas de acuerdo con la época y los contextos en los que dicha interacción se encuentra situada. Por ejemplo, el tipo de comunicación social que podemos situar entre los siglos XVIII y XIX es un tipo de comunicación basada principalmente en las interacciones cara a cara y por aquellas en donde se empleaban los primigenios “medios de comunicación<sup>6</sup>”, tales como los libros y las cartas (Burke y Briggs, 2002).

Durante el siglo XX la sociedad presenció una expansión de los medios de comunicación. En dicho periodo histórico entraron en escena una variedad de medios, como los periódicos, la radio, el telégrafo, la televisión, el teléfono, el cine y los comics. A este conglomerado de medios se les denominó como medios masivos de comunicación que, en comunión con un contexto de abruptos cambios en lo social y lo tecnológico<sup>7</sup>, representaron los rasgos más significativos de este periodo en relación con la comunicación social.

---

<sup>6</sup> Instrumentos técnicos desarrollados para permitir la difusión y compartimiento de mensajes a gran escala entre los seres humanos (Alsina, 2001).

<sup>7</sup> En lo general podemos citar los cambios que representaron las migraciones del campo a la ciudad, la disminución del analfabetismo, la producción en serie, el sistema de alumbrado y electricidad en las zonas urbanas, la pavimentación y el uso del automóvil y otros servicios de transporte, las innovaciones tecnológicas en el rubro industrial que llevó a la implementación del ferrocarril, lo que permitió una expansión de la economía, el traslado de mercancías y la conexión entre distintos puntos de intercambio vía terrestre, etcétera, (McQuail, 2000).

En nuestra actual etapa comunicacional se añadieron otros medios que potencializaron y diversificaron la comunicación social hacia una escala global. De esta manera, a inicios del siglo XXI, arribaron la Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación Social (TIC'S). Fue así que apareció la red de internet, las computadoras, laptops, los video juegos, las tabletas, las televisiones Smart, los teléfonos inteligentes (Smartphone), así como las plataformas digitales o redes sociales digitales (RSD) como Facebook, YouTube, Instagram, Twitter y las aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp y Messenger.

Para comprender el contexto de la comunicación digital, a continuación abarcamos con mayor detalle los puntos clave en los que se gestó la estructuración de la actual comunicación digital, a manera de explicitar el escenario donde se sitúa nuestra investigación. Para ello, tomamos como hito la evolución de internet desde la web 1.0 a la 2.0, dado que, como señala Castell (2001), es la herramienta tecnológica que representa nuestra era informacional en el sentido de que “[...] constituye actualmente la base tecnológica de la forma organizativa que caracteriza a la era de la información: la red” (p.15).

## 2.2- La metamorfosis de Internet: de la Web 1.0 a la web interactiva 2.0

En los años noventa del siglo XX, concretamente en 1991, el británico Tim Bernes-Lee desarrolló un software de hipertexto reconocido mundialmente como el “*HTTP*” -Hipertext Transfer Protocol- que en español se traduce como el Protocolo de Transferencia de Hipertexto. A aquellos primeros años de experiencia social con la Web se le suele catalogar como la fase inicial de la Web 1.0. Clasificación que permite comprender el tipo de relación que se establecía entre el usuario y la internet, en donde predominada esencialmente la mera visualización de parte del cliente con respecto a las novedosas páginas Web (Zanony, 2008).

La irrupción de la Web 1.0 supuso la invención de un nuevo lenguaje de tipo informático, donde uno de sus principales rasgos se situó en la posibilidad de intercomunicar varios servidores para la transmisión de información desde la “World Wide Web” (W.W.W.), apelando a una red informática mundial. En un inicio, la concreción de este sistema informático partió de un interés de Bernes-Lee de lograr establecer comunicación con sus colegas dentro del Centro de Investigación Nuclear (CERN) en Suiza, con la finalidad de intercambiar todo tipo información en formato bits (Wenkel, 2016). Posteriormente, señala

Zanony (2008), hubo un elevado interés por parte de una serie de estudiosos en informática por implantarle innovaciones al camino iniciado por Bernes-Lee, así que:

[...] en 1993, se unificó el lenguaje Web gracias al *Hypertext Markup Language* (HTML) que aún hoy se usa. A principios de ese mismo año, Marc Andreessen, un estudiante de 22 años de la universidad de Illinois en E.E.U.U., lanzó el navegador Mosaic, que permitía navegar por la Web usando Windows, el sistema operativo de Microsoft, y el mouse y bajo un entorno multimedia con imágenes y diseño gráfico. [...] En 1994, David Filo y Jerry Yang, dos estudiantes de la Universidad de Stratford, crearon el primer listado de sitios Web Interesantes, agrupándolas en categorías a medida que el directorio iba creciendo. En marzo de 1995 lo bautizaron Yahoo! [...] Aquel fue el primer paso para la exploración de la Web comercial (pp. 22-23).

Aproximadamente en el año 2001, es decir, casi diez años después del desarrollo de la Web de Bernes Lee, ocurrieron serias modificaciones de tipo sociales, económicas y tecnológicas que repercutieron en el paisaje de la realidad virtual. En ese lapso se dio la injerencia de la economía financiera en el terreno de la tecnología, lo que modificó los usos sociales de las herramientas de comunicación digital. Así, mientras que el modelo de la Web 1.0 se basaba en la clásica relación de tipo comprador y vendedor, la nueva web 2.0 estaría caracterizada por incitar a que sean los propios consumidores los responsables de los productos y contenidos que les gustaría que el mercado les ofertara. O bien, como nos dicen Feixa y Fernández (2014, p. 43): “la web 2.0 permite y alienta la conversión del consumidor en prosumidor, es decir, en consumidor y productor de contenidos a la vez.”

La injerencia del sistema financiero a las redes de internet, así como la progresiva organización social de las sociedades en función de la red, son dos de los principales factores que caracterizan el periodo histórico de la globalización digital. En palabras de Giddens (2000), se puede comprender como un momento sin igual en la historia humana, en donde:

El nivel de comercio mundial es hoy mucho mayor de lo que habría sido jamás y abarca un espectro mucho más amplio de bienes y servicios [...] influida, sobre todo, por cambios en los sistemas de comunicación, [donde] los flujos económicos están, ciertamente, entre las fuerzas motrices- especialmente el sistema financiero mundial [...] moldeadas por la tecnología y la difusión cultural, así como por las decisiones de los gobiernos de liberalizar y desregular sus economías nacionales (pp. 23-26).

Debemos puntualizar, siguiendo a Castell (2001), que este contexto se encuentra regido por un sistema financiero de carácter global, que se apoya fundamentalmente en toda la infraestructura comunicacional que soportan tanto las Nuevas Tecnologías de la Información

y Comunicación (TIC's) como las redes sociales digitales (RSD) que anteriormente hemos señalado:

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, basadas en la microelectrónica, las telecomunicaciones y los programas de ordenador creados para el funcionamiento en red, proporcionan la infraestructura de esa nueva economía [...] Las tecnologías de la información y la comunicación concebidas en función de las redes permiten una velocidad y complejidad sin precedentes en la gestión de la economía [...] La versatilidad y el dinamismo de este capitalismo a escala mundial, interconectado y basado en la información, e impulsado por la revolución tecnológica más extraordinaria de la historia, parece hacer posible una expansión sin límites y sin obstáculos [...] La nueva tecnología fue esencial tanto a la hora de permitir el comercio mundial casi instantáneo como para gestionar la nueva complejidad creada por la liberalización y la inventiva financiera (pp.82-83).

De tal forma que el cambio que representó la Web 1.0 a la Web 2.0 o interactiva puede ser entendido como un proceso con dos dimensiones. Por un lado, su rostro superficial o de apariencia sería aquel en el que somos convocados cada uno de nosotros como usuarios a participar activamente en la generación y difusión de información para las plataformas digitales. Mientras que del otro lado tenemos su rostro oculto, en donde en realidad subyace una estrategia para generar capital económico en la era globalizada. Situación que nos ubica dentro de las coordenadas del capitalismo electrónico-digital.

### 2.3- Capitalismo electrónico-digital y redes sociales digitales (RSD)

Bajo la fachada de apertura que el mercado capitalista estableció con respecto al cambio de estrategia que supone la web 2.0, en relación a que sean los propios internautas<sup>8</sup> quienes aporten sus ideas al ciberespacio<sup>9</sup>, con miras a que, como señala Bauman (2005), en un futuro se concreten sus deseos de consumo<sup>10</sup>, lo que en realidad se va a privilegiar en este nuevo

---

<sup>8</sup> Denominación que aplica para referirse a aquellas personas que usan habitualmente Internet.

<sup>9</sup> Podemos concebirlo como un espacio creado a través de la inter-vinculación entre internautas mediados por aparatos electrónico-digitales y, principalmente, sustentados desde las distintas redes sociales digitales con el uso de Internet. O sucintamente, en términos de Fernández (2007, p. 119): "El ciberespacio entendido como un espacio perceptivo. [...] un espacio artificial creado mediante tecnologías informáticas".

<sup>10</sup> Cabe señalar que otro rasgo que viene ligado al funcionamiento del capitalismo digital es la existencia o radicalización de una sociedad totalmente destinada al consumo. En palabras de Zigmunt Bauman, quien acuñó el concepto de sociedad de consumo, esta funciona por medio de "la promesa de satisfacer los deseos humanos como ninguna otra sociedad pasada logró hacerlo o pudo siquiera soñar con hacerlo [...] la no satisfacción de los deseos y la firme y eterna creencia en que cada acto destinado a satisfacerlos deja mucho que desear y es mejorable son el eje del motor de la economía orientada al consumidor." (Bauman, 2005, p. 109)

capitalismo electrónico-digital (Ribeiros, 2018) será la conversión de la creatividad en mercancía. De ahora en adelante, se privilegiará a los sujetos (principalmente jóvenes) con iniciativas emprendedoras en donde “hoy la capacidad de creación se ve capturada sistemáticamente por los tentáculos del mercado, que atizan como nunca esas fuerzas vitales, pero, al mismo tiempo, no cesan de transformarlas en mercancía” (Sibilia, 2008, p. 13).

Este será el punto de partida para comprender la aparición de poderosas plataformas digitales tales como los servidores de correo electrónico *Gmail*, *Yahoo!*, *Hotmail*, ahora *Outlook*; los buscadores Web como *Google*, *Firefox* y *Wikipedia*; las famosas redes sociales digitales (RSD) como: *Facebook* (creada en 2004), *Youtube* (creada en 2005, perteneciente a Google Inc.) *Twitter* (creada en 2006) y las novedosas *Instagram* (creada en 2010, perteneciente a Facebook Inc.) *Snapchat* (2011) *Whatsapp* (2010, perteneciente a Facebook Inc.), así como las comunidades virtuales, los juegos online, los canales de noticias entre muchas otras plataformas.

En los meandros de ese ciberespacio a escala global germinan nuevas prácticas difíciles de catalogar, inscriptas en el naciente ámbito de la comunicación mediada por computadora. Son rituales bastante variados, que brotan en todos los rincones del mundo y no cesan de ganar nuevos adeptos día tras días (Sibilia, 2008, p. 15).

Todas esas herramientas que componen el ecosistema digital (López, 2005), dentro del movimiento de la web 2.0, sólo serán funcionales si el internauta actúa sobre ellas y las dota de contenidos. En conjunto, todas tienen en común el que sus operaciones sólo son percibidas desde el uso de internet, situación que permite ubicar a estas nuevas formas de trabajo en el siglo XXI, como procesos que emergieron luego de las crisis atestiguadas en los setenta del siglo XX por los sistemas fordistas y tayloristas:

La crisis del fordismo y el taylorismo en la década de 1970 abrió un espacio para “la flexibilización de los procesos productivos y del trabajo mismo”, lo que generó un ambiente favorable para la expansión de las tecnologías de información y comunicación, así como de otras tecnologías “altamente intensivas en información y conocimiento, con implicaciones directas en el proceso productivo” (Ribeiro, 2018, p. 17).

El capitalismo electrónico-digital incentiva la creatividad social desde la puesta en marcha de remuneraciones o monetizaciones a todos los que colaboren con la transmisión de contenidos por las redes. De esta manera, redes sociales digitales como *YouTube* o *Facebook*, por ejemplo, reparten las ganancias generadas -por medio de la publicidad que es capaz de

plegarse en los contenidos- con el público que decide generar información en sus plataformas. Expresiones que pueden variar desde la creación de un video donde se abordan una infinidad de temáticas o como compartir contenidos ingeniosos -como los memes- que tienen un elevado volumen de seguidores<sup>11</sup>.

La mercantilización de las palabras, el mercado global virtual, la “economía de la carnada” y la “economía del me gusta y del clic” son formas de producir ganancias que resultan cruciales para comprender el rápido crecimiento de algunas de las principales compañías de nuestros tiempos (Ribeiro, 2018, p. 18).

Ambos ejemplos reflejan el actual modelo de producción y distribución del capital en la época contemporánea. Mismo que se caracteriza por el uso de las redes sociales digitales, así como por los soportes del marketing y la publicidad que acompañan a estas nuevas mercancías digitales.

Ese esquema que combina, por un lado, una convocatoria informal y espontánea a los usuarios para “compartir” sus invenciones y, por el otro, las formalidades del pago en dinero por parte de las grandes empresas, parece ser “el espíritu del negocio” en este nuevo régimen (Sibilia, 2008, p.23).

#### 2.4-Un mundo digital medible: el *Big Social Data* y *Google*

A raíz de esa participación masiva de parte de los internautas, se fueron produciendo altos volúmenes de información social que comenzaron a circular por el ciberespacio. Estos datos llamaron la atención de las nacientes compañías comerciales habidas por poseer información valiosa con respecto a los gustos de sus consumidores. Como señala Becerra (2016, p. 64), “el producto de esta revolución es la configuración progresiva de sociedades informacionales intensivas en el uso productivo de la información como recurso distintivo.”

A partir de este momento, surgió una nueva veta de exploración desde el ámbito del *marketing*, que estuvo interesada, primero, en la extracción de altos volúmenes informativos, y segundo, en llegar a construir perfiles psicológicos de sus potenciales consumidores.

---

<sup>11</sup> Si bien no hallamos datos que nos permitan saber cuánto dinero recibe la página de Spidercholo por sus publicaciones, si podemos considerar que ésta recibe una entrada monetaria. Según sus políticas de monetización (<https://www.facebook.com/business/help/1884527914934148?id=1200580480150259>) la condición más importante que Facebook establece para considerar que una página puede monetizar su contenido se sitúa en que ésta debe contar con un mínimo de 10 mil seguidores, algo que la página de Spidercholo cumple, pues actualmente contabiliza 289 mil seguidores. De modo que, la página de Spidercholo se vincula con este proceso de generación de ingresos incentivado por la lógica del capitalismo digital.

Un representante de MySpace ilustró el optimismo que rodea estas iniciativas, con el ejemplo de una usuaria de la red social a quien le gusta la moda y escribe en su blog acerca de las tendencias de la temporada, incluso llega a contarnos que necesita un par de botas nuevas para el otoño. La conclusión parece obvia: ¿quién no querría ser el anunciante capaz de venderle esos zapatos? [...] El nuevo mecanismo de marketing también posibilita otras novedades: si un usuario compra un paquete turístico, por ejemplo, la agencia de viajes puede publicar una foto del turista como parte de su aviso social, con el fin de estimular a sus conocidos para que compren servicios similares. Nada influye más en las decisiones de una persona que la recomendación de un amigo confiable, explicó el director y fundador de Facebook. (Sibilia, 2008, pp. 25-26)

Al manejo de altos volúmenes de información se le reconoce como la sistematización del *Big Social Data*<sup>12</sup>. Retomando las declaraciones positivas en relación al Big Data, de parte de un redactor de una revista tecnológica señaladas por Byung (2014a), nos es posible figurarnos el sentido que adquiere para sus creadores el análisis del mundo digital en términos cuantitativos:

Hoy en día empresas como Google, que se han desarrollado en una época de datos masivamente abundantes, no tienen que asentarse en modelos sometidos a comprobación [...] Analizamos datos y encontramos modelos (patterns) partiendo de pertinencias o dependencias. En lugar de modelos hipotéticos de teorías se introducen igualaciones directas de datos (p. 73).

Un mundo sociodigital gobernado por la lógica de la cuantificación es la propuesta que se empeñan en instalar los grandes consorcios como *Google* o las redes sociales digitales como *Facebook*. Ambas plataformas representan con mayor vehemencia el espíritu del capitalismo electrónico digital.

Si Google es el “regulador de la economía de los enlaces” de la red de información, Facebook, por su parte, es el principal actor de la “red social” en la que crece la “economía del me gusta”. Los botones de “me gusta” y “compartir”, también reciben el nombre de botones sociales: permiten contar las reacciones ante ciertos contenidos, y sobre todo, vincular estas preferencias con redes e individuos específicos. De una manera congruente con la tendencia del capitalismo electrónico-informático a apropiarse de manera gratuita del trabajo, los usuarios y las conexiones que éstos crean son los principales bienes de Facebook (Ribeiro, 2018, p. 25).

---

<sup>12</sup> La palabra hace referencia a aquel tipo de información masiva que aporta de manera voluntaria y de tipo personal todo usuario que utiliza cualquiera de las plataformas digitales de la Web 2.0, y ésta suele ser presentada en términos estadísticos. (Castellanos, 2018)

## 2.5- Una sociedad digitalizada, des-corporizada y des-territorializada

En retrospectiva, los medios de comunicación digital han sido adaptados a intereses financieros con el fin de generar la acumulación y producción de capitales monetarios. Como bien han apuntado Giddens (2000) y Castells (2012), no es que los intercambios de mercancías a nivel global sean considerados como el asunto que caracterice a nuestra época, sino que la novedad está en la fuerza y el dinamismo que ha tomado ese proceso de intercambios a escala global, desde y por medio de las nuevas tecnologías de la comunicación social, así como desde las redes sociales digitales. De esta manera los grandes consorcios transnacionales, ocupando la organización de las operaciones que permite internet en la forma de la red, han logrado sobrepasar dos antiguas limitantes que impedían la circulación de mercancías, como las fronteras (des-territorialización del espacio) y el tiempo (des-corporización de las interacciones).

Las distancias ya no importan y la idea del límite geofísico es cada vez más difícil de sustentar en el mundo real [...] Al final, la aparición de la World Wide Web computarizada puso fin -en lo concerniente a la información- al concepto desplazamiento (y distancia que se ha de recorrer); tanto en la teoría como en la práctica, la información está disponible instantáneamente en todo el globo [...] Gracias a la nueva incorporeidad del poder sobre todo en su forma financiera, sus dueños se vuelven extraterritoriales, aunque sus cuerpos permanezcan in situ (Bauman, 2017, pp.19-25).

El paradigma cuantitativo sobre el que las empresas digitales observan las dinámicas sociales, atraviesa todo el espectro existencial del siglo XXI. Al día de hoy las innovaciones en el área de las tecnologías digitales van abriendo nuevos horizontes. La siguiente fase de este desarrollo está marcada por los dispositivos tecnológicos de realidad ampliada, las *Google-Glass*, la inteligencia artificial, las impresoras 3D, el *Iwatch*, los autos eléctricos, las aplicaciones que ofrecen servicios variados como las de comida, las corporales, las de movilidad, las geolocalizaciones, las de citas entre otras tecnologías que van aplicando el internet hacia distintos ámbitos y objetos, como parte de las actividades que realizan las sociedades de la información.

Vista como producción histórica, la revolución informacional trata efectivamente de transformaciones socioeconómicas fundamentales en la estructuración de las sociedades que tuvieron lugar primero en los países centrales y luego en el resto del mundo. La estructura económica es transformada y con ella el conjunto de relaciones sociales (Becerra, 2016, p.67).

Como sociedad asistimos hacia una creciente normalización de lo que es una vida del tipo bidimensional o, como señalan Lipovetsky y Serroy (2009), a una experiencia de vida constituida a partir de la mediación entre el mundo ordinario y el uso de las multi-pantallas: “En menos de medio siglo hemos pasado de la pantalla espectáculo a la pantalla comunicación, de la unipantalla a la omnipantalla” (p. 10). Lo que significa que gran parte de nuestro día a día lo transcurrimos pasando de un dispositivo electrónico a otro: entre Smartphone, Smartvs, Tablet, computadoras y las pantallas del cine.

La des-corporización de nuestras interacciones vía los medios digitales nos permiten ir más allá de nuestro cercano y común ámbito de desenvolvimiento práctico. En cuestión de segundos hemos de ampliar nuestra experiencia de la realidad al trasladarnos por medio del ciberespacio, y de manera muy natural, más allá de nuestra ubicación geográfica<sup>13</sup>. Como dice Millan (2016, p.8): “la sociedad del conocimiento es una sociedad Smart. Los sujetos de la sociedad del conocimiento rigen las coordenadas de su existencia por dispositivos Smart, que los localizan, los ayudan a transportarse, les permiten leer sus PDF [...] entre muchas otras cosas más.”

Actualmente no sólo tenemos una visión global de lo que pasa en cualquier parte del mundo por medio del televisor, sino que, con la creciente adquisición de dispositivos con cámara de video, asistimos a una mayor particularización y fragmentación de relatos sobre el mundo.

Millones de usuarios de todo el planeta -gente "común", precisamente como *usted o yo*- se han apropiado de las diversas herramientas disponibles on-line, [...] y las utilizan para exponer públicamente su intimidad. Así es como se ha desencadenado un verdadero festival de "vidas privadas", que se ofrecen impudicamente ante los ojos del mundo entero. Las confesiones diarias están ahí, en palabras e imágenes, a disposición de quien quiera husmear; basta apenas con hacer click (Sibilia, 2008, p. 32)

Ahora cada uno de nosotros, en tiempo real, puede mostrarnos su visión del mundo. De ahí que, con un simple deslizar de nuestro dedo índice sobre los aparatos digitales dentro de alguna plataforma digital, transitamos de un tema a otro de acuerdo a la cronología presentada

---

<sup>13</sup> Situación que ya era pre-visualizada por MacLuhan cuando recién reflexionaba acerca de la visión que tendríamos del mundo con el uso de la televisión, y mencionaba que: “en la Aldea Global eléctrica la gente sabe demasiado, y ya no hay un lugar donde esconderse” (citado por Faura, 1999, p.109).

por nuestro *timeline*<sup>14</sup>. Desde donde podemos ser testigos de la prepotencia de algún *Lord* o la acción impulsiva de alguna *Lady*<sup>15</sup>, o enterarnos de todo tipo de actos violentos como masacres, linchamientos, denuncias, entre una infinidad de manifestaciones de resonancia de tipo viral.

Millones de personas que gustan de ver videos triviales, como hacer cosas estúpidas para golpearse y lastimarse; los selfies absurdos de gente enjabonándose en el baño – por citar apenas un caso–, o la discusión sobre si el vestido en una foto es de colores blanco y negro, o dorado y azul (Cerrillo, 2016, p.60).

El nuevo modelo de sujeto y la respectiva sociedad del rendimiento que el capitalismo digital va perfilando, es una de las consideraciones que, siguiendo a Byung (2014), podemos visualizar como parte del nuevo estándar de negocios económico que se ha ido gestando en el curso del siglo XXI:

La sociedad disciplinaria de Foucault, que consta de hospitales, psiquiátricos, cárceles, cuarteles y fábricas, ya no se corresponde con la sociedad de hoy en día. En su lugar se ha establecido desde hace tiempo otra completamente diferente, a saber: una sociedad de gimnasios, torres de oficinas, bancos, aviones, grandes centros comerciales y laboratorios genéticos. La sociedad del siglo XXI ya no es disciplinaria, sino una sociedad de rendimiento. Tampoco sus habitantes se llaman ya «sujetos de obediencia», sino «sujetos de rendimiento». Estos sujetos son emprendedores de sí mismos [...] La sociedad disciplinaria es una sociedad de la negatividad. La define la negatividad de la prohibición. [...] La sociedad de rendimiento se desprende progresivamente de la negatividad. [...] Los proyectos, las iniciativas y la motivación reemplazan la prohibición, el mandato y la ley. A la sociedad disciplinaria todavía la rige el no. Su negatividad genera locos y criminales. La sociedad de rendimiento, por el contrario, produce depresivos y fracasados (Byung, 2014b, pp- 25-27).

Dentro de este conglomerado número de procesos que forman nuestra sociedad digital se inscribe nuestra investigación sobre la comunidad de Spidercholo en Facebook. La actual digitalización de los procesos de organización social presenta múltiples retos y oportunidades para la investigación social, pensando principalmente en la sociología y la antropología que denominamos lo socioantropológico y en la cual se inscribe nuestra mirada. Aquí enunciaremos dos de ellos. Por un lado, al proseguir el ámbito comercial con sus intereses en

---

<sup>14</sup> Nombre que se le asigna al ordenamiento cronológico que hacen las plataformas como las redes sociales, para presentarle al usuario los hechos que están ocurriendo al momento, o los sucesos que ocurrieron mientras estaba ausente.

<sup>15</sup> Los calificativos Lord y Ladies son empleados en la cultura digital cuando personas pertenecientes a las clases altas son captados en videos profiriendo expresiones vulgares o incurriendo en acciones violentas. Situaciones que ponen en entre dicho el estatus de estos hombres (lords) y mujeres (ladys) dentro de la sociedad.

relación a la construcción de los *Big Social Data*, en la que sólo cuenta el valor monetario, las ciencias sociales pueden ocupar sus datos y replantearlos con un fin académico. O bien, los estudios sociantropológicos pueden asumir el reto por lograr comprender cualitativamente el nivel *Small Data*, que se compone del conjunto de prácticas, expresiones e interacciones socioculturales que están ocurriendo al interior de las redes sociodigitales.

Las ciencias sociales son interpeladas por la creación de estos nuevos espacios de socialización y por las tecnologías que se ponen a disposición de los usuarios propiciando la generación de nuevos debates tanto a nivel teórico como metodológico [...] Los mundos virtuales dan cuenta de la creciente globalización e interconexión del mundo contemporáneo y nos permiten dialogar con otros juegos de significados en política, economía, educación y para la academia (Heredira, 2011, p. 24-25).

Establecidas ambas perspectivas, nuestra investigación se inclina por el segundo planteamiento. Consideramos que las personas usuarias de los medios de comunicación digital, además de producir datos y números relevantes para los fines comerciales –Big Data- también generan sus propios submundos digitales al interior de estas redes sociodigitales - Small Data-. Es decir, al tratarse de producciones incuantificables, sus prácticas de interacción logran escapar, reinterpretar o adaptar a sus maneras (De Certeau, 1996) los recursos que proporciona la cultura digital. De tal manera que, además de que la página de Spidercholo representa una página de Facebook a través de la cual se generan ganancias económicas, lo cual resultaría el único indicio importante a considerar desde la posición del Big Data, también genera *Small Data* a partir de sus símbolos, representaciones y memes de Internet, como parte de las formas que adquiere la interactividad sociodigital en su interior.

En el siguiente capítulo señalaremos algunos de los elementos metodológicos que integran lo que denominamos nuestra mirada socioantropológica del ciberespacio, así como la manera en que abordaremos mediante el método netnográfico la comunidad de Spidercholo en Facebook.

### Capítulo 3. Socioantropología del ciberespacio

Nuestro estudio se encuentra enmarcado dentro de la tradición cualitativa. Con ello señalamos que nuestro interés se ubica en dar suma importancia a la perspectiva o subjetividad del actor, a la descripción-interpretación de la realidad y al análisis hermenéutico de los fenómenos socioculturales (Tylor y Bogdan, 1994; Bolivar, 2002; Flick, 2015). Dentro de la perspectiva hermenéutica de carácter interpretativa (Jurgenson, 2003) se trabaja con distintos métodos y técnicas que permiten generar datos descriptivos - como las entrevistas, las historias de vida, los datos etnográficos y digitales- y con los cuales se busca recuperar los significados que las personas atribuyen a sus acciones e interacciones que median su experiencia con la realidad social (Berger y Luckmman, 2003).

La práctica de la investigación cualitativa desde las Ciencias Sociales tiene una larga tradición histórica, en la que sus métodos y técnicas han demostrado lo fructífero que resulta su aplicación para la comprensión de los fenómenos socioculturales. No obstante, como parte de las incursiones que se han realizado desde el ciberespacio, apenas se han ido consolidando sus enfoques, técnicas y métodos para la comprensión de las dinámicas que ocurren en la cultura digital. Por ello, conviene que iniciemos exponiendo algunos de los principales factores que han permitido el giro cualitativo hacia el ciberespacio. Para que luego inmediatamente indiquemos los elementos que forman parte de nuestro acercamiento cualitativo hacia la interacción sociodigital generada en la comunidad de Spidercholo en Facebook. Y, finalmente, especifiquemos la manera como emplearemos el método netnográfico en nuestra investigación, así como el marco teórico con el que analizaremos los datos.

#### 3.1.-El giro cualitativo del ciberespacio: comunidades virtuales, internet y métodos digitales

Como señalábamos en el capítulo anterior, frente al panorama altamente cuantitativo por el que se concebía el estudio del ciberespacio en general y de las redes sociodigitales en particular, devendrá una oleada de críticos que pugnarán por otros modos de analizar las redes. Se propusieron pasar de la medición y cuantificación de la acción social en las redes digitales hacia la narración y descripción con respecto a los usos, sentidos, significados, representaciones e imaginarios que en ellas producen los internautas.

Si hacemos la tarea de enlistar el número de dispositivos móviles activos o la cantidad de usuarios de internet, los perfiles suscritos a una red social, el conjunto de videos, publicaciones o fotografías que se comparten en la red [...] sabemos que son cifras descomunales. Además, es una tarea que en pocos meses quedará condenada a un desfase debido al incremento exponencial del poder de la información. Asumimos que nuestra cotidianidad se encuentra abiertamente inmersa en torno al uso y apropiación de las tecnologías (Hernández, Ortiz y Nájera, 2019, p.9).

Las primeras incursiones para analizar la relación de los internautas o usuarios de las redes sociales por la Web 2.0, se basaron en un marcado interés por realizar estudios de tipo mercadológicos. De manera que gran parte de los métodos utilizados -como el caso de la netnografía- abordaban asuntos relacionados con llegar a saber, ¿cuánto consumen o mencionan los usuarios determinada marca en sus redes sociales? Sin embargo, no demorarían en llegar las críticas a estos modelos que socavaban las herramientas metodológicas al análisis de intereses comerciales en pro del consumo, así como la invisibilización del factor subjetivo perteneciente al ámbito del sentido. Tal y como fue el caso de Michel De Certeau, al declarar que:

El análisis de las imágenes distribuidas por la televisión [e Internet], del tiempo que pasamos ante el aparato, de las elecciones hechas por los usuarios, etc., no dicen nada de lo que el consumidor fabrica durante esas horas y con esas imágenes. Los aparatos científicos, siguiendo la lógica de los sistemas económicos midiendo el avance de estos productos, permanecen ciegos sobre el uso que los practicantes hacen de ellos. (De Certeau citado por Mattelard y Mattelard, 1997, p. 105)

Como parte de ese influjo cualitativo, se llevó a cabo una reconfiguración de diversos conceptos que permitieron habilitar una mirada más enfocada en aspectos subjetivos, en cuanto a la posibilidad de visualizar, no sólo información numérica derivada de las interacciones de las personas con las redes sociodigitales, sino verdaderas socializaciones desde y en el ciberespacio (Van Dijck, 2016). Por ejemplo, a las comunidades virtuales se les asignaron más funciones que la mera encriptación de interacciones sociales con fines de construcción de datos comerciales. Desde ahora, siguiendo a Piscitelli (2002), se caracterizan por ser espacios de tipo *online* en los que se desarrollan actividades relacionadas con el continuo flujo e intercambio de información entre un variado grupo de personas, mediados por ordenadores y tecnologías digitales.

La cantidad de información que suele circular entre sus integrantes, se encuentra regida bajo el compartimiento y la coincidencia de un conjunto de temas, ideas, gustos y sentimientos en

común. Razón por la cual, ahora se vuelve posible distinguir dos de sus principales funciones. Por un lado, suelen ser espacios en donde los sujetos buscan comunicarse e interactuar entre ellos para aportar información u opiniones con respecto a algún tema de diversa índole. Por otro lado, suelen ser espacios a los que los individuos recurren, ya sea para la obtención de algún tipo de información (política, económica, de salud, sexual, entretenimiento, vehicular, etc.) o para la confirmación y reforzamiento de sus propias ideas en relación con sus inquietudes, deseos y pensamientos sobre algún acontecimiento, producto o situación.

Como parte de esta definición se desprende una nueva concepción acerca del surgimiento de las comunidades virtuales, considerando que éstas pueden ser del tipo puras o mixtas (Esqueda, 2009) o también concebidas como nativas y migradas (Del Fresno, 2011).

Las comunidades del tipo puras o nativas hacen referencia a aquellos grupos de personas que se vinculan alrededor de cualquier idea o con algún propósito en común, a través de la mediación de las redes sociales, sin posibilidad de que alguna vez establezcan contacto cara a cara.<sup>16</sup> Mientras que las comunidades del tipo mixtas o migradas corresponden con aquellas que pueden surgir en ambos planos de la realidad *-online y offline-*, y que se distinguen por el hecho de que su organización y dinámicas internas de socialización no necesariamente son equiparables.

Otra concepción que se vio modificada por el giro cualitativo de las redes sociodigitales provino de considerar a internet ya no en términos técnicos desde su cualidad algorítmica, sino más bien, como plantean Hine (2004) y Mayans (2002), como una herramienta o tecnología social e históricamente situada. En donde lo relevante era considerar los distintos usos que cobraba como parte de ciertos contextos socio-culturales. Dimensión más importante para la investigación social.

Internet, es un concepto que hace referencia, en primer lugar, a una tecnología determinada. Un conjunto de hardware y software que permite el intercambio de información digital a un nivel mundial. No obstante, como científicos sociales/humanos, el punto de partida de la acotación de un área de estudio no debe basarse en criterios técnicos sino, obviamente, socio-culturales. Por ello, no parece razonable ni fundamentado el uso de Internet como concepto analítico ni descriptivo

---

<sup>16</sup> Conviene mencionar que la comunidad pura será el prototipo sobre el cual suscribimos nuestra investigación con respecto a la página Spidercholo. Sobre todo, porque reúne las características que la definen como tal, en cuanto a que sus seguidores sólo se vinculan entre ellos a partir de su afiliación a la página de Spidercholo a través de Facebook. Sin que en el ámbito análogo u offline exista esta comunidad.

válido a un nivel científico, si a lo que nos queremos abocar es al análisis del fenómeno social (Mayan, 2002, p. 3).

La irrupción de las aproximaciones cualitativas hacia el ciberespacio motivó al planteamiento de métodos que fueran capaces de acompañar las labores investigativas hacia estas nuevas exploraciones. Así aparecieron una gama de métodos de tipo ciber-etnográficos, tales como la etnografía virtual (Hine, 2004); etnografía en red (Rodríguez, 2013); la etnografía de internet (Atochero, 2013); nuevas versiones de la etnografía virtual (Pink et., al., 2016); la etnografía móvil (Gutiérrez, 2015) la etnografía celular (Gómez Cruz, 2017) y la netnografía (Kozinet, 2006; Del Fresno, 2011). De manera que, si los métodos cuantitativos veían la dinámica social de los internautas en términos estrictamente numéricos y cuantificables, la propuesta cualitativa vino a expandir esos límites y abrir nuevas rutas de comprensión que dieran cabida a la narración, usos, prácticas y significados.

(...) podemos definir los métodos digitales como un diseño de investigación donde toman parte fenómenos, objetos, campos de observación (lugares), marcos teóricos, categorías, comunidades, sujetos o prácticas digitales, y donde se generan, utilizan, almacenan, analizan o modelan datos digitales, por medio de herramientas y técnicas que bien pueden ser digitales o tradicionales (Ortega y Caloca, 2017, p. 8).

### 3.2- Sobre el método netnográfico

El método netnográfico por obra del antropólogo norteamericano Robert Kozinet (2006), en el contexto de los dictados cuantitativos sobre los que estaban sustentados los métodos para el estudio del ciberespacio. Desarrollado en su tesis doctoral, Kozinet (2006) lo propuso como un método estadístico que diera cuenta del rastreo de las huellas que dejaban los internautas tras su paso por el Internet. En su mayoría, los resultados eran expresados principalmente a través de complejos diagramas de dispersión. De modo que el método netnográfico se encontraba en completa concordancia con aquellas intenciones comerciales que trataban de configurar la actividad económica de los internautas. Por lo que se afiliaba perfectamente con otras herramientas analíticas propias del Big Social Data, como: “CAQDAS”, “MotiveQuest”, “Nelsen” y “Buzz Metrics” (Achadiat, 2013).

Al igual que ocurrió con los conceptos de comunidad virtual y las irrupciones de métodos diseñados para una aproximación más a fin con los presupuestos cualitativos, el método netnográfico se vería replanteado de su composición eminentemente estadística. Pasó de ser una herramienta que operaba en términos estadísticos a un método más próximo al rastreo y

comprensión de las prácticas, interacciones y formas en que los internautas socializan desde las redes sociales. En este caso, la labor sería iniciada por el antropólogo español Del Fresno (2011), quien, a pesar no aterrizar sus reflexiones en algún trabajo empírico, delinea el método en términos hermenéuticos.

La netnografía es un neologismo que hace alusión al método etnográfico, pero ahora adaptado para realizar incursiones al ciberespacio. El término deriva de la conjunción del sufijo net= network o mundo virtual y grafía= del griego grafos o escritura. Una de sus características fundamentales es la de ser un método o técnica que permite la recolección y posterior análisis de la información que producen los individuos –en calidad de internautas– durante su desenvolvimiento por las redes sociales digitales como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, *Whatsapp*, entre otras (Del Fresno, 2011; Gebera, 2008).

El método permite al investigador social aproximarse a los significados, usos y costumbres que se derivan de las acciones que los internautas generan al interactuar desde las redes sociales en el ciberespacio. Todas las huellas que los internautas producen tras su paso por el ciberespacio quedan objetivadas de forma visual o textual a través de los recursos multimedia con los que cuentan las propias redes sociales, basados principalmente en comentarios, emoticones, imágenes (memes), archivos de audio o de video (Del Fresno, 2011).

### 3.3.- Las fases de aplicabilidad del método netnográfico

El empleo del método netnográfico nos permite extraer aquellos datos que nos resultan útiles al momento de incursionar por el ciberespacio. Por ello, siguiendo a Menéndez (2013, pp. 37-41), es posible distinguir las cinco principales fases que atraviesan la aplicabilidad del método netnográfico.

En primer lugar, debemos plantear una pregunta de investigación en la que se pretenda incursionar dentro de alguna comunidad virtual. Entre las comunidades virtuales o en un status de interacción *on line u off line*, sobre las que principalmente se han evocado algunas investigaciones netnográficas, se hallan: redes sociales digitales como *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Instagram*, *Whatsapp*, las páginas de internet, blogs, grupos de noticias, juegos, chats, entre otros. Todos estos entornos virtuales resultan sustanciales para la netnografía dado que en ellos se registra interacción social, y, por ende, como señala Esqueda (2009, pp.

37-38) “se convierten en una ventana pública, donde las personas se muestran a sí mismas con una riqueza particular de contenido, y en un campo potencial para el desarrollo de la netnografía.”

La segunda fase del método va vinculada con la primera, dado que en esta se busca precisar la elección de la(s) comunidad(es) o páginas de internet sobre la(s) cual(es) el investigador pretende desarrollar una investigación netnográfica.

Como tercera fase se encuentra el proceso de recopilación de la información producida dentro de la(s) comunidad(es) seleccionada(s). El netnógrafo puede recuperar los datos que sus sujetos de estudio elaboran dentro de alguna comunidad virtual de dos formas. Quienes tienen mayor interés por construir datos estadísticos y tratar con un alto volumen de información - *big social data*- sobre una o varias comunidades, suelen recurrir al uso de programas o software informáticos, los “CAQDAS”, tales como “MotiveQuest”, “Nelsen” y “Buzz Metrics” (Achadiat, 2013). Por otro lado, en una investigación con un sentido de elaboración de tipo artesanal, en la que se busca recuperar el desenvolvimiento de las actividades y prácticas de interacción que realizan un número acotado de individuos dentro de alguna comunidad virtual -*small social data*-, en un periodo de tiempo que varía entre tres meses y hasta un año, se suelen utilizar herramientas como: los blogs de notas, capturas de pantalla, recortes y almacenamiento en carpetas de archivos para audio, imágenes y video (Mateos y Durand, 2014).

La cuarta fase consiste en el proceso de interpretación de la información recopilada de la comunidad virtual. El análisis se puede basar en tres tipos de perspectivas, que pueden ser de tipo teórico, hermenéutico (descriptivo) o inductivo. La elección de alguno de los métodos de interpretación de la información recabada para su conversión en dato cualitativo dependerá del objetivo planteado por el netnógrafo,

El quinto y último paso se concentra en la evaluación ética que debe de establecer el netnógrafo con respecto a la privacidad de los sujetos que conforman parte de su estudio, tomando en cuenta aspectos como la identidad, el anonimato y la confidencialidad. En esta fase el netnógrafo reflexionará sobre el uso que llegará a dar a los datos de su investigación *netnográfica*.

Una vez descritas las consideraciones generales que corresponden con un acercamiento cualitativo por el ciberespacio, así como las características que conforman al método netnográfico, a continuación describiremos con mayor detalle algunos de los elementos que son parte de nuestro análisis sobre la comunidad de Spiderholo en Facebook. Asimismo, daremos cuenta de la específica forma que adoptan las fases de aplicación de la netnografía con relación a nuestra propia investigación. Y, finalmente, señalamos el marco teórico con el que analizaremos la información.

### 3.4- El acercamiento a datos visuales

Nuestro estudio se enfoca en una inmersión cualitativa interesada en comprender la interacción sociodigital que se genera entorno a los memes de la página Spiderholo desde Facebook. Siguiendo a Flick (2015), existen datos cualitativos que podemos considerar como del tipo visual -tales como las fotografías, videos, documentales, series televisivas y últimamente los memes que se generan desde las redes sociodigitales (RSD)- en vista de que adoptan formas distintas a los datos puramente auditivos o los tradicionalmente escritos. Como parte de su cotidianidad, a menudo estos objetos son producidos o consumidos por la gente para distintos fines. Razón por la cual, se convierten en otros tantos medios desde los cuales los investigadores podemos adentrarnos “a través de sus ojos” al análisis de sus mundos culturales.

Algunos objetos materiales son un vehículo por medio del cual el sujeto de estudio representa y construye sus imaginarios, sus subjetividades, memoria, identidades y conciencias, en el mundo material; por lo tanto, también pueden ser un puente mediante el cual el investigador se asome y entre en el mundo de mentalidad y subjetividad del grupo estudiado y en la dimensión simbólica (Hirai, 2012, p.87).

Para los fines de nuestra investigación, los datos visuales que nos interesa recuperar son los memes que la página de Spiderholo publica en Facebook, así como algunos comentarios esgrimidos por los seguidores al observar dichos memes. Entre ambos elementos se conforma la interacción sociodigital de la página y constituye la base principal de análisis de esta investigación.

### 3.5-La inmersión a un campo digital

Como ya previamente mencionábamos, nuestro estudio se enfoca en una observación e inmersión hacia un campo digital, como lo es la página de Spidercholo en Facebook. Por ello, cabe mencionar que nuestra incursión es similar a la situación de un viaje –en el sentido antropológico de esta noción- pero no hacia un espacio físico-material, sino más bien, hacia un ciberespacio. En ese sentido, la noción de campo que empleamos para los fines de esta investigación, no remite a su consideración en términos de un espacio trazado por sus cualidades físico-materiales, sino que apunta a su consideración inmaterial o digital, en tanto espacio, lugar o entorno creado con tecnologías de la comunicación, que permiten establecer interacciones entre los individuos mediante el uso de internet.

Ante la clásica noción de campo como un espacio geográfico, transitable y palpable, siguiendo a Guber (2004, p. 47), en esta investigación no nos remitimos a su consideración en términos de índole geográficos, que lo definirían como aquel “recinto que se autodefine desde sus límites naturales (mar, selva, calles, muros)”, sino como aquel delimitado por medio de una “decisión del propio investigador” al tomar en cuenta los materiales de sentido, las huellas o modos de expresión que generan los individuos desde un campo digital. En ese sentido, la inmersión que realizaremos al interior de la comunidad de Spidercholo en Facebook se apoya en asumir a dicha página como un campo digital, creado por medio de los aparatos digitales (smartphone o computadoras), que median las interacciones de las personas que son seguidoras de la propia página, y desde la cual se generan formas de expresión y comunicación de tipo virtual. En donde unos publican memes y otros comentan-reaccionan a sus imágenes desde Facebook.

Al hablar de inmersión también conviene clarificar que, dado que el investigador de lo digital se encuentra en un entorno cambiante y en permanente estado de conexión e inconexión, su posición en el campo digital ya no se adecua a la del clásico trabajo de campo o al de la realización de la observación participante (Heredia, 2011). Más bien, al posicionarnos de manera intermitente en un espacio que aparece y desaparece, según la conexión discontinua de nuestras unidades de análisis, es más conveniente referir nuestras aproximaciones hacia ambientes digitales bajo tres nuevas nomenclaturas de aproximación, como son: las inmersiones, los acompañamientos y las deambulaciones (Leitao y Gomes, 2017). En donde

las inmersiones sugieren que un investigador se inserta o sumerge a un espacio digital creado por otros, tal y como es nuestro caso con la comunidad de Spidercholo en Facebook.

Como en ambientes digitales la interacción con los otros ya no se efectúa entre el investigador que participa de las acciones in situ con sus informantes, desde la netnografía se propone que hemos de emplear la descripción participante (Del Fresno, 2011). Si bien los entornos digitales funcionan con tiempos diacrónicos y asincrónicos, en donde la acción de los informantes ocurre sin presencia del investigador, esta actividad social es susceptible de ser analizada posteriormente. Esto es posible debido a que la acción digital queda registrada y almacenada en las redes sociodigitales. Por esta razón, el auxilio de la descripción participante supone “una nueva forma del etnográfico estar allí, en el ciberespacio” (Del Fresno, 2011, p.68) que le permite al investigador volver a dotar de su dinamismo a la acción social que en dicho campo digital había acontecido por medio de la narración. En ese sentido, esta herramienta la ocuparemos al momento de analizar las interacciones generadas por los memes de la comunidad de Spidiercholo durante el año 2019.

### 3.6.-El abordaje netnográfico de la comunidad Spidercholo

El empleo del método netnográfico nos permite extraer los dos principales tipos de datos visuales que requerimos para nuestro análisis, a saber, las imágenes o memes de Spidercholo, así como los comentarios más destacados, emitidos por parte de los seguidores al observar los memes que iba publicando la página. Conforme a las cinco principales fases de aplicabilidad que caracterizan a la netnografía, señalaremos la específica estructura que adquiere nuestro estudio empírico al acoplarlo a dichas fases.

Con respecto a la primera fase, relacionada con la pregunta de investigación que justifica el uso de la netnografía, en este caso nos interesa saber: ¿Cuáles son los significados connotados que se configuraron en la interacción sociodigital generada en torno a los memes que publicó la página Spidercholo y los comentarios de sus seguidores desde Facebook, en el año 2019?

Derivado de esta pregunta, queda resuelta la segunda fase de nuestra aproximación netnográfica, señalando que el estudio se centra en la página de Spidercholo desde la red sociodigital Facebook. De manera que tanto esta página como sus seguidores formarán nuestro universo de investigación (Valles, 1999).

En la tercera fase, relacionada con la recolección y almacenamiento de la información, nos abocamos a la sistematización del *small social data*. Para lograr nuestro objetivo general de analizar los significados connotados que se configuraron en la interacción sociodigital generada en torno a los memes que publicó la página Spidercholo y los comentarios de sus seguidores desde Facebook, en el año 2019, nos basamos en un análisis del contenido de la interacción sociodigital (Jurgenson, 2003). Para ello, nos apoyamos en recortes de imágenes y capturas de pantalla con el fin de ir almacenando y clasificando los memes y comentarios más destacados. Posteriormente, organizaremos en carpetas esos memes y comentarios más destacados, de acuerdo con una serie de categorías que nos permitieron identificar las principales temáticas que con mayor regularidad se abordaron en la comunidad en el periodo de interés. De esta manera, pudimos trabajar con un volumen de información adecuado para el *small social data*, que va entre los 20 y 80 memes.

En la cuarta fase, correspondiente a la interpretación de la información, pretendemos enmarcarlo dentro de un enfoque hermenéutico partiendo de dos niveles de análisis (Bolívar, 2002). Como en todo estudio etnográfico abocado al análisis de los contenidos culturales de una comunidad social (Jurgenson, 2003), luego de la sistematización de la información, empleamos la descripción participante (Del Fresno, 2011) en conjunción con ciertas herramientas conceptuales de la semiótica cultural de Barthes (1970) –asunto que ahondaremos con mayor detalle en el siguiente apartado, el conceptual- con la finalidad de revelar los significados connotados que resguardan los memes de Spidercholo, y que son compartidos al interior de la comunidad en Facebook.

Por último, con respecto a la quinta fase relacionada con las premisas éticas para la realización de esta investigación, hemos establecido utilizar la información con fines meramente académicos, lo que significa que a partir de los datos recabados no habrá ningún tipo de provecho económico o político, ni tampoco alguna afectación a la identidad de los seguidores.

### 3.7.- Apartado conceptual: la concepción simbólica de los memes de Spidercholo

En términos epistemológicos partimos del supuesto de que la realidad social adquiere sentido sólo a través de la cultura. De acuerdo con Giménez (2005, p.67-68), la cultura representa la suma de “pautas de significados históricamente transmitidos y encarnados en formas

simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias”

Desde esta línea epistémica, la cultura adopta distintas formas simbólicas que van desde “los modos de comportamiento, prácticas sociales, usos y costumbres, vestido, alimentación, vivienda, objetos y artefactos” (Giménez, 2005, p.68). En cada uno de los elementos simbólicos que un grupo social crea en una determinada sociedad, se transmiten diversos significados. Por ello, el acercamiento que el investigador realiza sobre estas variadas formas simbólicas que adquiere la cultura, según Geertz, (2003), es con la finalidad de “preguntar por su sentido y su valor [...] lo que se expresa a través de su aparición” (p.24-25).

Nuestro estado del arte nos confirma que los memes no son sólo imágenes, sino verdaderas unidades simbólicas. En ese sentido, particularmente nos han interesado los memes que produce, difunde y comparte una determinada comunidad, a saber, los de la página de Spidercholo en Facebook. Ahora bien, como cada forma simbólica está compuesta de distintas capas que recubren su significado, para llegar a comprenderlos debemos penetrar en sus códigos, y para realizar esa tarea nos apoyaremos del método analítico de la semiótica de la cultura.

### 3.8.- La semiótica de la cultura: un método para interpretar memes

En conformidad con el supuesto de que la cultura es una “urdimbre de significados” (Geertz, 2005) en la que los seres humanos se encuentran inmersos, la semiótica de la cultura agrega que no es posible la comunicación y la producción de sentido sin el apoyo de códigos socialmente compartidos, dado que son la materia constitutiva de los esquemas de significación con las cuales los individuos perciben e interpretan la realidad (Giménez, 2005).

En principio, un código hace referencia a un significado compartido, creado por convención y por tanto interpretable o comprendido por quienes posean el conocimiento de dicho código. “La noción de código implica la de convención o acuerdo social, por un lado, y la de un sistema regido por reglas de interacción comunicativa, por otro” (Giménez, 2017, p. 24). En ese sentido, la semiótica de la cultura nos invita a decodificar los objetos, vestimentas, gestos, imágenes o cualquier otra forma cultural a partir de su constitución codificada, con el fin de comprender las estructuras de significación que comparten un grupo de personas.

En nuestro caso nos interesa auxiliarnos de la semiótica cultural desde la perspectiva de Barthes (1970), con el objetivo de comprender los códigos que componen los memes de Spidercholo y que son compartidos por sus seguidores desde Facebook.

### 3.9.- La estructura codificada de los memes de Spidercholo

Conviene decir que, en nuestra vida cotidiana, continuamente estamos decodificando situaciones, gestos, palabras, y también memes. Sin embargo, dicho proceso lo efectuamos de manera mecanizada, casi instintiva, debido a que, según Berger y Luckmaan (2003), durante nuestra vida cotidiana adoptamos una actitud naturalista, en sincronía con el sentido común.

La actitud natural es la actitud de la conciencia del sentido común, precisamente porque se refiere a un mundo que es común a muchos hombres [...] Aprendo la realidad de la vida cotidiana como una realidad ordenada [...] La realidad de la vida cotidiana se presenta ya objetivada, o sea, constituida por un orden de objetos que han sido designados como objetos antes de que yo apareciese en escena” (Berger y Luckmaan, 2003, p.37-39).

En ese sentido, lo que propone Barthes (1970) en relación con una semiótica de la cultura, es básicamente arrojar luz sobre ese procedimiento tan normalizado de decodificación que solemos realizar.

Algunas de las herramientas de la semiótica de la cultura de Barthes (1970) que nos interesan recuperar para el análisis de los memes de Spidercholo, están relacionadas con las funciones denotativas y connotativas de las imágenes. Para Barthes (1970), cualquier imagen se compone de una estructura dual entre lo denotativo y lo connotativo. La función que cumple la noción denotativa es la de indicar con imágenes algo de la realidad misma. Se supone congelar un gesto, situación, cosa u acontecimiento por medio de la imagen. Por otra parte, la función connotativa dota a esas imágenes de significados secundarios. Aquí cierne lo que la imagen quiere dar a entender. Lo que nos hace conscientes de que no hay producción y difusión de imágenes en sí, sino que se trata de objetos creados con ciertos intereses e intenciones. El proceso de connotación de una imagen advierte que su construcción pasó por un tratamiento, están pensadas y se emiten con un significado “estético o ideológico, que remite a una determinada cultura de la sociedad que recibe el mensaje” (Barthes, 1970, p.13).

Evidentemente, en nuestra inmersión netnográfica por la comunidad de Spidercholo, nos interesa el nivel de la connotación. Para lograr revelar el mensaje connotado de una imagen, Barthes (1970) nos aporta seis herramientas. 1) las “poses” de los retratados desde las cuales se emiten actitudes; 2) los “textos” que ayudan a guiar la atención de los visores cuando no entienden el mensaje con sólo atenerse a las imágenes; 3) el “trucaje” que se refiere a la intervención de una imagen con fines de engaño; 4) los “objetos” que acompañan a los retratados y que se busca con alguna intención que aparezcan en el recuadro de la imagen, 5) la “fotogenia”, que se refiere a los efectos estéticos que ayuden a mejorar una imagen, y 6) la “sintaxis” que hace alusión al modo en que está organizado un discurso, entre sus premisas y la conclusión que se extrae de ellas.

En suma, a partir de estos recursos es posible iluminar la manera en que está organizado el significado de los mensajes que se intentan emitir a través de una imagen. Mediante el auxilio de uno u otro de estos elementos al momento de realizar nuestro análisis de los memes, habremos de revelar la composición connotada de que son objeto las imágenes que integran los memes de Spidercholo. De esta manera, dichas herramientas nos permitirán re-articular y combinar los distintos códigos que componen los significados de los memes de Spidercholo, en vista de que, como lo constatamos en el estado del arte, los memes están contruidos en capas intertextuales, es decir, que su mensaje se encuentra elaborado con distintas referencias culturales. Por tanto, la semiótica de la cultura de Barthes (1970) se nos presenta como una herramienta útil para lograr captar las estructuras de significación que se comparten al interior de la comunidad de Spidercholo en Facebook.

Antes de pasar al análisis netnográfico de la comunidad de Spidercholo, en el siguiente capítulo mencionamos algunos detalles sobre los memes de Internet. Por ejemplo, sus componentes estructurales o la evolución gráfica por la que han transcurrido en la cultura digital. De esta manera, tendremos mayores bases contextuales al momento de vincularnos con la comunidad de Spidercholo en Facebook.

## Capítulo 4. Los Memes de Internet y la comunidad de Spidercholo en Facebook

### 4.1.- Componentes estructurales de los memes de Internet

Por medio del amplio abanico académico que se ha abocado al estudio y análisis los memes de Internet, es posible revelar los principales componentes que los estructuran. Por ejemplo, siguiendo a Shifman (2014) y Pérez (2017), es posible definir a los memes de internet a partir de sus tres principales características. En primer lugar, como aquellas unidades de comunicación que son difundidas desde las redes sociodigitales y en las que se comprimen, a través de palabras, sonidos e imágenes codificadas, significados socialmente compartidos. En segundo lugar, en tanto unidades de comunicación, cumplen la función de posibilitar la transmisión de sentimientos, reflexiones, críticas, molestares, actitudes y valores morales en relación al contexto de emisión. En tercer lugar, como vehículos que propician la interacción y socialización de los internautas desde entornos digitales. Lo que da la posibilidad de generar grupos o comunidades virtuales afines e identificados como seguidores de la producción de ciertos memes.

La composición de los memes de Internet ocurre a partir de la conjunción de signos textuales, auditivos, iconográficos y audiovisuales. Estos elementos signicos encuentran su referente o horizonte de significación a partir de su vinculación con tres principales matrices socioculturales como son: a) los medios de masas, b) lo biográfico-histórico y c) la narrativa humorística.

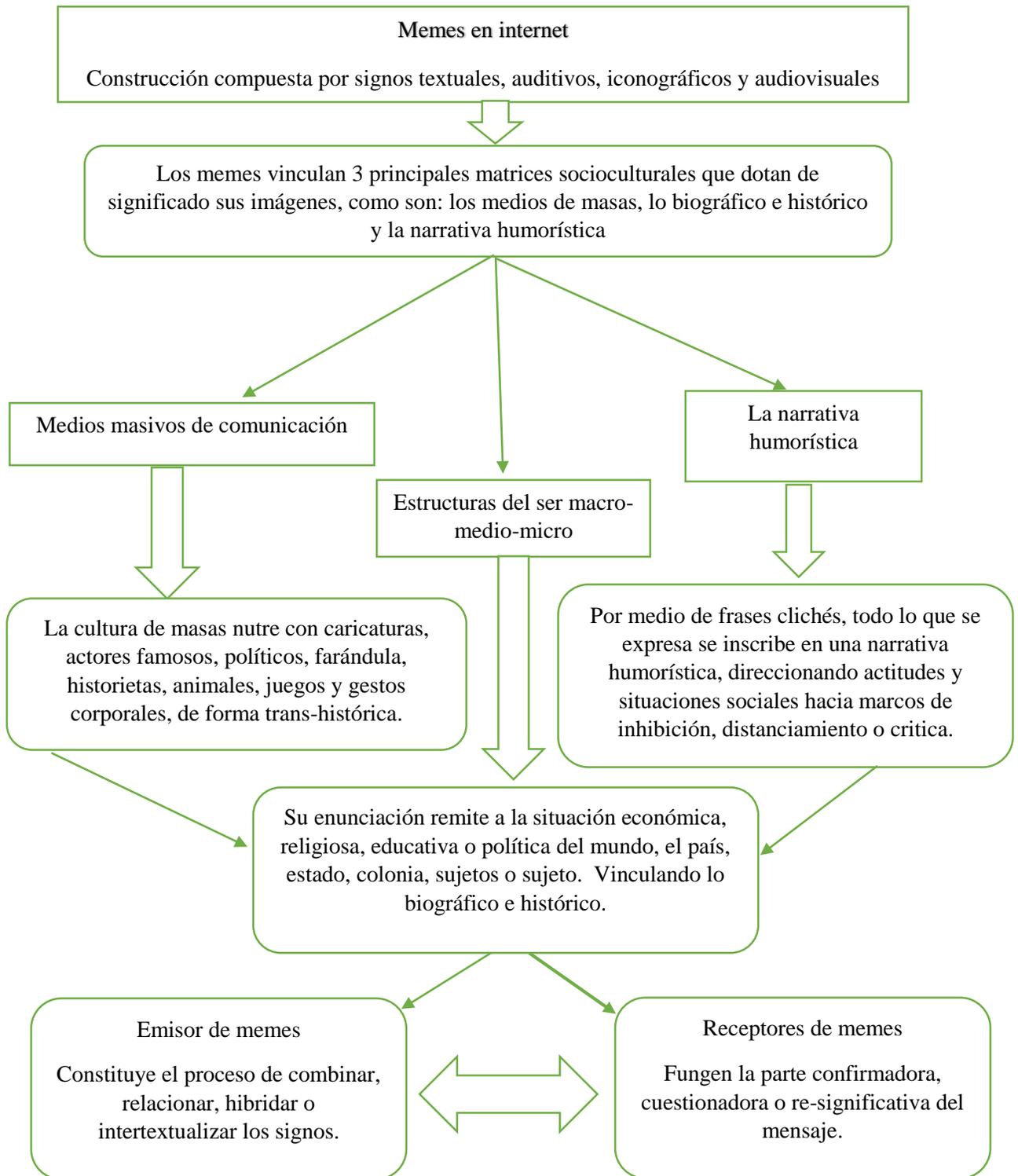
- a) Los medios de masas: esta matriz nutre a los memes con caricaturas, actores famosos, políticos, personajes de la farándula, de historietas, animales domésticos, juegos y gestos corporales, de forma trans-histórica.
- b) Lo biográfico-histórico: esta matriz apela a que los memes tienen hacen referencia a los tres rangos en los que se puede concebir el estudio del ser que oscilan entre lo micro-medio-macro. Por tanto, la enunciación contextual de los memes puede remitir a la situación económica, religiosa, educativa o política del mundo, el país, el Estado, la colonia, los sujetos o el sujeto que lo comparte. Permitiendo vincular su situación biográfica con su contexto histórico.
- c) La narrativa humorística: esta matriz hace que los memes se difundan, narren y

expresen con una dosis de humor. Dependiendo del contexto de enunciación, por ejemplo, a veces los memes permiten colocar y direccionar aquellas actitudes, acciones y situaciones sociales de la vida cotidiana inscritas en narrativas problemáticas, dolorosas o terroríficas hacia un cierto distanciamiento o inhibición con respecto a su gravedad. En circunstancias de opresión o abusos de poder político, por ejemplo, el humor funciona como un elemento de resistencia y en algunas otras circunstancias pueden fungir como reveladores de malestares sociales.

A la conjunción de todos estos componentes debemos sumar otros aspectos que ya hemos señalado en nuestro estado del arte, como el ingenio y la creatividad que sugiere el trabajo de enlazamiento de los distintos códigos culturales de parte de quienes producen los memes. Asimismo, debemos agregar el papel que cumplen los receptores de los memes, quienes completan el círculo de la comunicación, como decodificadores e intérpretes de los mensajes que resguarda todo meme. En general todos estos elementos constituyen las propiedades y componentes generales que resguardan la comprensión de los memes en internet (véase mapa conceptual).

La puntualización de todas sus cualidades y componentes estructurales son el fruto del análisis de los memes a lo largo de su aparición en el ciberespacio, aproximadamente desde el año 2003 hasta la actualidad. A manera de corroborar la complejidad estructural de los memes, a continuación mostraremos cómo estas características que acabamos de señalar remiten a la configuración de las distintas facetas y cualidades gráficas que han adquirido los memes a lo largo de su corta pero trascendental historia, enmarcada en la cultura digital.

Mapa conceptual: componentes estructurales de los memes en internet



Fuente: elaboración propia

## 4.2.- Evolución grafica de los memes de Internet

Actualmente es posible agrupar en cuatro bloques o generaciones las principales manifestaciones gráficas que han adoptado los memes en internet. En general, mostraremos estas manifestaciones apoyándonos en las coordenadas temporales que van del 2003 al 2020.<sup>17</sup>

### -Primera generación de memes en internet

La primera generación de memes surgió de los foros de 4chan<sup>18</sup> por el año 2003. Posteriormente, fueron adaptados a las redes sociales como *Facebook* (2004) y *Twitter* (2006). Su principal característica radicaba en que eran plantillas en color blanco y negro, en donde por medio de un personaje que denotaba algún gesto burlón, se hacía sátira sobre situaciones variadas.



Fuente: <https://knowyourmeme.com/>

---

<sup>17</sup> Cada uno de los memes tiene una historia particular de aparición en internet e incluso frases y un estilo que, además de darle una personalidad, le permiten diferenciarse de entre todos los demás existentes. En esta esquematización que presentamos, no nos adentraremos a la explicación de cada uno, sino que sólo buscamos mostrar aquellos rasgos generales que marcan un distintivo diferenciador entre una generación y otra. Porque lo que buscamos denotar es la esquematización de todos los elementos conceptuales que señalamos anteriormente. Si el lector desea adentrarse en la historia de un meme en particular, le recomendamos ingresar a la página de internet Knowyourmeme. Sitio especializado en reconstruir las historias de cada meme que aparece en internet.

<sup>18</sup> Es el nombre de un foro en internet considerado como un espacio subcultural, que se hizo famoso porque sus colaboradores compartían imágenes graciosas sobre diversas temáticas sociales producidas por ellos mismos. Al punto de dar vida a la primera camada de plantillas memes (Katz y Shifman, 2017).

## -Segunda generación de memes en internet

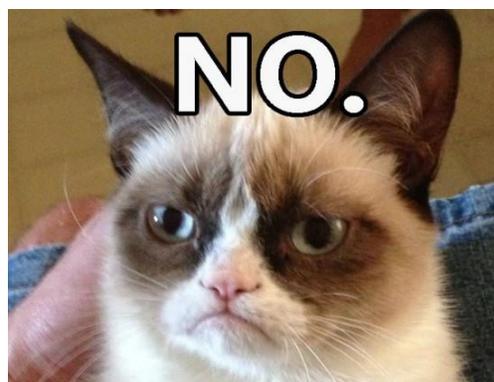
En la segunda etapa los memes adquieren nuevos personajes, actores de cine y televisión. Asimismo, su fondo, hasta entonces blanco, se sustituye por imágenes a color. En cuanto a su narración, se mantiene el humor como principal trama y se amplían las frases clichés. Para Pérez (2017), en esta etapa surgen los denominados holomemes, que se caracterizan por ser imágenes que congelan una pose seguida de alguna frase. Por ejemplo, en la imagen de la niña rubia con suéter rosado, que en realidad se trata de una niña actriz de un programa de televisión de *Disney Channel*, llamado "Buena suerte con Charlie", se le adjudica el empleo de la frase "o sea, qué pedo" y su gesto de incredulidad. En la imagen donde aparece el actor de la película *Willy Wonka* de 1971, se le adjudica la frase "Así que tú eres" y una pose que denota intereses por escuchar al otro. Lo que caracteriza a esta segunda generación de memes es que esas poses e imágenes siempre aparecerán igual, mientras que los textos que las acompañan en la parte superior e inferior podrán variar dependiendo del contexto de emisión.



Fuente: <https://knowyourmeme.com/>

-Tercera generación de memes en internet

La tercera generación está caracterizada por la inclusión de animales domésticos. Principalmente por los gatos y los perros, aunque también se incluyen animales de granja como los gallos, los patos, los gansos, los burros y los caballos. Asimismo, se añaden caricaturas y animes de la época de los noventas del siglo XX y los inicios del siglo XXI creadas en Estados Unidos y Japón, tales como Bob Esponja, Animaniacs, Pokemon, Tom y Jerry o Arthur. En cuanto a la narrativa de esta tercera generación de memes, se mantiene el humor y se amplían las viñetas con textos por fuera de las imágenes para enfatizar aún más el mensaje. Por esas cualidades, los investigadores han denominado a este tipo de imágenes como “memes macro” (Valverde, 2015; Pérez, 2017).



Países donde su debate presidencial tiene más drama y veneno que sus propias telenovelas



Fuente: <https://knowyourmeme.com/>

#### -Cuarta generación de memes en internet

La cuarta generación representa la actual etapa en la que se encuentra la manifestación de memes en la cultura digital. En principio se trata una complejidad en la elaboración de los memes a partir del enlazamiento con actualizaciones y cambios en distintos rubros. Por ejemplo, se lleva a cabo una actualización dentro de las redes sociales y de mensajería instantánea, en las que se dará la posibilidad de poder reproducir y editar videos dentro de las propias aplicaciones, así como reproducir imágenes en formato gif y compartirlos entre distintas aplicaciones. Esta maniobra resulta importante, sobre todo, porque con ella se logra mantener la permanencia de los internautas en una sola aplicación. Es decir, si un usuario deseaba reproducir un video de *YouTube* desde *Facebook*, no tiene que ser direccionado hacía la aplicación de videos, sino que ahora puede visualizarlo desde la propia red de *Facebook* (Sibilia, 2008).

A nivel de la vida cotidiana, los cibernautas ingeniaron nuevas formas para producir memes. Es el momento en que aparecen los memes en formato videoclips<sup>19</sup>. Ahora el humor también emergerá desde personas reales, provenientes de distintos oficios y clases sociales. Asimismo, se incorporan nuevos acrónimos al vocabulario de las dinámicas de la cultura digital, por medio del empleo de términos como; Packs, Zeldas, Nopor, Cmamut, Nepe, Stalker, Prro, Alv, entre otras.

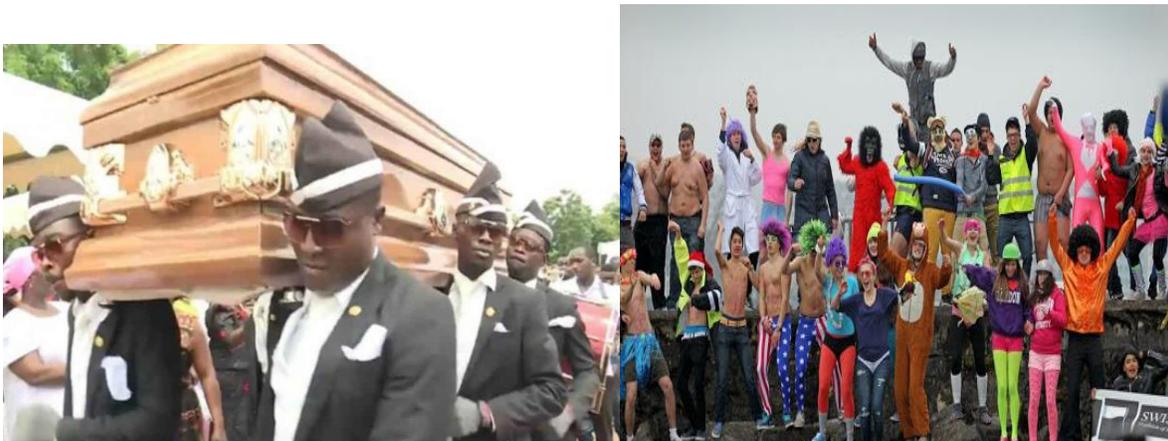
Dentro de la jerga digital son principalmente las generaciones de internautas jóvenes quienes utilizan estos neologismos para referirse a distintas actividades en internet. Por ejemplo, Packs hace alusión a paquetes, en el sentido de solicitarle a una persona que comparta fotografías sensuales o hasta desnudos. Zelda hace referencia al video juego de la consola japonesa Nintendo de nombre *The Legend of Zelda*, que tiene como principal personaje a Link. Los internautas emplean la palabra Zelda cuando alguna página publica una imagen alusiva a una escena pornográfica. De modo que los comentaristas solicitan el link (que se relaciona con el nombre del personaje principal del juego Zelda) de la página donde pueden

---

<sup>19</sup> En los ejemplos gráficos podrán observar cuatro principales memes que pueden considerarse como casos representativos del formato videoclip. Como son los videos de la “Lady 100 pesos”, “Los XV de Rubí”, “El Harlem Shake” y “La danza con el ataúd”. Dejo los links en orden de mención, por si el lector desea visualizar un ejemplo de dichos video-memes. <https://www.youtube.com/watch?v=nXnzoVgkta0>, <https://www.youtube.com/watch?v=o-MjKS0ZXuk>, <https://www.youtube.com/watch?v=iuhtjQDpjCQ>, <https://www.youtube.com/watch?v=XhZLz57vjGc>.

encontrar el video. Otros acrónimos apelan a lo que se considera como lenguaje soez o groserías, como Cmamut= Se mamá, Prro= Perro, Alv= A la Verga. Otras hacen referencia a órganos sexuales como Nepe que es Pene escrito al revés igual que el caso de NoPor= Porno. Luego esta la palabra Stalker, que en español se traduce como acosador(a) y hace alusión a aquellas personas que rastrean y revisan todas las redes sociales de otra persona, sin que ella o él lo sospeche o lo sepa

Finalmente, aquellos editores de memes que sepan manejar aplicaciones de diseño digital del tipo *CorelDraw* o *Photoshop*, serán capaces de crear memes originales con personajes propios y al mismo tiempo lograrán generar sus propias audiencias, comunidades y seguidores (Moreno, 2018), situación que rompe con el mito de que todos generan contenido para la web 2.0. Más bien, los datos apuntan a que el ciberespacio se divide entre usuarios que monetizan con la producción y generación de contenido y aquellos que son seguidores de los primeros y como tales replican, interactúan y comparten esos contenidos por el ciberespacio.



Fuente: <https://knowyourmeme.com/>

La transición entre una generación y otra permite visualizar y comprobar que los componentes estructurales son identificables en la composición gráfica de los memes en internet. Su construcción basada en los signos, el mantenimiento constante de su narrativa humorística, así como la incorporación en ellos de personajes y celebridades devenidos de los distintos medios de comunicación, tales como la televisión, la radio, el cine, los periódicos y los comics, nos revelan el horizonte histórico de donde deriva el marco de sentido de los memes.

Una vez mencionado estos mecanismos generales que componen a los memes de Internet, a continuación pasaremos a revisar una de esas comunidades en las que se producen y socializan los memes de la cuarta generación, a saber, la comunidad de Spiderholo en Facebook.

#### 4.3.- La aparición de Spidercholo en Facebook

A raíz de la serie de cambios que caracterizaron al cuarto periodo de evolución gráfica de los memes de Internet, y de las innovaciones que se presentaron desde las redes sociodigitales como parte de la web 2.0, se abrieron las puertas para que las personas participaran con su creatividad en la generación de contenidos en la cultura digital. Así se dará inicio a una experiencia de la vida social, que en términos de Gómez Cruz (2017) se reconoce como vida social *onlife*. En la misma se asume que la cotidianidad de las personas, dentro del marco contextual de la sociedad global y digitalizada, se construye en una fuerte interrelación entre lo *online* (entendida como su experiencia de vida a través del uso de internet y los dispositivos tecnológicos) y *offline* (su experiencia de vida fuera de internet y del uso de dispositivos tecnológicos). En donde, hoy en día, los sujetos socializan, practican, consumen, juegan, informan, organizan y conocen el mundo en y desde el uso de las redes sociodigitales y en el que “las tecnologías digitales han logrado convertirse en cotidianas en Latinoamérica y los índices de penetración muestran una creciente dinámica de adopción” (Gómez Cruz, 2017, p. 79).

La progresiva digitalización de la vida cotidiana desembocó en la irrupción de nuevos fenómenos en la cultura digital, lo que condujo al interés de distintos investigadores por comprender estas nuevas manifestaciones. Algunas de las líneas de exploración sobre las que

han versado las investigaciones son: los estudios alrededor de las auto-fotografías o *selfis* (Gómez, 2007), las transmisiones en vivo o streaming en internet (Micó, 2011), los seguidores de fotografías en Instagram (Gutiérrez, 2012) los estudios acerca de los *influencers* o creadores de videos en YouTube (Berzosa, 2017), los videos con resonancia global catalogados como virales (Guede, Curiel y Antonovica, 2017), los retos o *challenges* en internet (Cerrillo, 2016), las etiquetas o *hashtag* en Twitter (Rovira, 2016), los usos de las mensajerías instantáneas en *Messenger Facebook* o *WhatsApp* por parte de diversos grupos (como los grupos indígenas, delincuenciales o familiares) y en distintos escenarios (como en el trabajo, la iglesia o el hogar (Alonso, 2011), los estudios alrededor de diversas aplicaciones destinadas a apoyar a los individuos en su búsqueda de pareja, bajar de peso, ver películas y series, leer libros, escuchar música, jugar videojuegos, conseguir un taxi o aquellas que incentivan su creatividad como Snapchat, Pinterest o Tik-Tok (Ardevol y Gómez Castro, 2017; Bonavitta, 2015; Pearce, 2009) y por supuesto, también han llamado la atención de los analistas las comunidades generadoras de memes.

En Facebook se generan un sinnúmero de páginas<sup>20</sup> desde las cuales los usuarios crean sus propios submundos o comunidades digitales desde donde comparten información, videos, música y principalmente memes. Un conjunto de esas páginas, destinadas al entretenimiento en Facebook, no sólo destacan por contar con un gran número de seguidores, sino también porque desde sus memes se proyectan unas cualidades iconográficas que hacen referencia a la vida popular mexicana. Tal es el caso de las páginas: Iron Hommie, Dead Pulque, Baticholo, Capicholo y Spidercholo.

El nombre de cada una de las páginas mencionadas se encuentra constituido a partir de dos principales sub-fijos que aluden a una hibridación cultural entre México y Estados Unidos. Por ejemplo, en el caso de Spidercholo, Baticholo y Capicholo, sus nombres hacen referencia, por un lado, a superhéroes del comic de la cultura de masas en Estados Unidos, como es el caso de Spiderman, Batman y Capitán América. Por otro lado, el sub-fijo “cholo” es el nombre con el que se designa a padillas juveniles que tuvieron su auge en los años noventa.

---

<sup>20</sup> La gran mayoría de las comunidades que se generan en Facebook surgen a partir de la creación de páginas. Una página en Facebook se crea por distintos motivos que van desde lo comercial hasta lo meramente efímero. Como el hecho de crear páginas destinadas a compartir memes, videos o información de distinta índole para entretener, vender y guardar información.

Se trataba de jóvenes en condición de inmigrantes, de origen mexicano, que residían principalmente en los suburbios americanos. Como parte de su estética identitaria, destaca el uso de playeras cuadriculadas de color rojo con negro, en las que sólo se abrochaban el botón del cuello, con el fin de mostrar las playeras blancas sin mangas que portaban debajo, así como también, destacaba el uso de sombrero tipo pachuco y un perfilado bigote, acompañados de un par de gafas negras. Asimismo, como parte de su léxico, emplean palabras como Hommie, que, de acuerdo con Valenzuela (1993), era una palabra que ayudaba a tejer vínculos de tipo familiar entre los jóvenes cholos, dado que era un sinónimo de hermano/a. En ese sentido, la página de Iron Hommie retoma esa expresión y le añade el personaje de los comics Iron Man. Por último, en el caso de Dead Pulque, también su nombre vincula dos elementos de la cultura mexicana y americana. Por un lado, se señala a otro personaje de los comics de superhéroes americanos como Dead Pool. Sin embargo, a diferencia de los otros personajes, éste no porta el sub-fijo “cholo”, sino que en su lugar integra la palabra “pulque” que hace referencia a una bebida alcohólica típica de México, que se produce a base del néctar que es extraído de la planta de maguey y posteriormente pasa por un proceso de fermentación.

Aunque cada uno de los personajes tiene una cualidad gráfica que los hace distinguirse entre ellos (véase cuadro 1), todas estas páginas comulgan en una actividad en común, a saber, la de entretener y divertir a sus seguidores mediante la difusión de memes en los que se intenta expresar una amplia cantidad y variedad de situaciones, hechos y actividades relacionadas con la experiencia de un mexicano común durante su vida cotidiana en México. En conjunto, la suma de todos los seguidores de las cinco páginas llega a 838 mil 735. Ahora bien, de acuerdo con el seguimiento que hemos podido realizar por Facebook, la página de Spidercholo, además de ser la página que cuenta con el mayor número de seguidores, también es la que más memes y dinámicas interactivas genera.

Cuadro 1. Imágenes de las páginas de Facebook de Spidercholo, Iron Hommie, Dead Pulque, Baticholo y Capicholo.

<p>Spidercholo</p> <p>Número de seguidores: 289,068</p>	 A stylized illustration of Spider-Man wearing a purple fedora and a purple and white plaid shirt. He is holding a red spider-shaped object in his right hand. The background features the Mexican and American flags.
<p>Iron Hommie</p> <p>Número de seguidores: 12, 860</p>	 A stylized illustration of Iron Man wearing a white shirt and a red mask with yellow visor. He is holding a green object in his right hand. The background is dark with some metallic elements.
<p>Dead Pulque</p> <p>Número de seguidores: 242, 560</p>	 A stylized illustration of Deadpool wearing a red mask with black eye holes and a black hat. He has two swords crossed over his chest. The background is dark.
<p>Baticholo</p> <p>Número de seguidores: 291, 656</p>	 A stylized illustration of Batman wearing a blue hat and a red and black plaid shirt. He has a mustache and is looking slightly to the side. The background features the Mexican and American flags.

Capicholo	
Número de	
seguidores:	
2,555	

Fuente: elaboración propia

#### 4.4.-Sobre la comunidad de Spidercholo en Facebook

La comunidad virtual de Spidercholo surgió en Facebook<sup>21</sup> el 11 de Noviembre del año 2014. Para ese entonces, sus publicaciones apenas alcanzaban las cuatro o diez reacciones<sup>22</sup>. Sin embargo, en el presente cuenta con una comunidad de 289,068 seguidores. De acuerdo con la información de la página, Spidercholo está clasificada dentro del rubro de comicidad. Por tanto, su finalidad principal es generar contenidos para entretener a sus seguidores.

La idea original del personaje Spidercholo surgió de la inventiva de Jesús Rubio González, quien a sus 24 años trabaja de manera independiente – o como *freelance*- en la programación digital (Montelongo, 2016). Jesús es oriundo de la Ciudad de México, radicado en la

<sup>21</sup> Facebook Inc. es una empresa que reside en Menlo Park, California en los Estados Unidos. En el plano digital se trata de una plataforma que permite la interacción y el compartimiento de información entre personas de manera gratuita, mediante el uso tanto de dispositivos digitales como de la red de internet. Su creación ocurrió en el 2004 por obra del otrora estudiante de Harvard Mark Zuckerberg, quien actualmente cuenta con 31 años y es uno de los cuatro empresarios más millonarios del mundo, con una fortuna valuada en 50 mil millones de dólares. Facebook forma parte de las llamas Redes Sociales Digitales (RSD) que, como señalamos en el capítulo dos, emergieron de la evolución de la Web 2.0 al igual que Instagram (de la que es dueña y que cuenta con 400 millones de usuarios al igual que con la aplicación de mensajería WhatsApp que cuenta con mil millones de usuarios), Twitter o YouTube. Actualmente la red social Facebook registra mil seiscientos millones de usuarios en el mundo, y particularmente en México cuenta con 61 millones de usuarios (Maldonado, 2020).

<sup>22</sup> Como ya hemos mencionado antes, los entornos digitales generan interacciones descorporizadas. Es decir, son interacciones no del tipo cara a cara sino mediatizadas por las tecnologías digitales. Por esa razón, Facebook pone a disposición de sus usuarios seis tipos de reacciones emocionales como: el me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me enoja, me entristece. Como los usuarios de Facebook carecen de las reacciones gestuales que el otro manifiesta al ver los contenidos que compartimos, los usos de las reacciones emocionales intentan suplir esa carencia. De esta manera, cada una de las reacciones emocionales cumplen dos principales funciones. Por un lado, indican lo que nos hizo sentir la información que el otro compartió, y, por otro lado, nos informa a quienes compartimos dicha información el tipo de emoción que le hicimos experimentar.

delegación Cuauhtémoc, dentro de una de las colonias más peligrosas de la ciudad como es la Peralvillo (Cultura Colectiva, 2019). Dicha colonia también es famosa porque sus calles fueron la locación de una serie titulada “Los Bervely de Peralvillo” que estuvo al aire en 1969, y en la cual se retraba la vida popular mexicana de un matrimonio conformado por dos principales personajes: “La Pecas”, interpretada por la actriz Leonorilda Ochoa y “El Borrás”, interpretado por Guillermo Rivas (Corona, 2016). Por otra parte, el personaje Spidercholo emergió en un momento vertiginoso en la vida Jesús y su hermano, dado que representaba un personaje catártico por medio del cual se les permitía expresar su problema con el alcoholismo. A la postre el hermano falleció y Jesús continuó con la administración de la página de Spidercholo junto con otros dos colaboradores.

Este personaje nació para ayudar a un joven con problemas de alcoholismo, hoy hace reír a la mitad de tus contactos de face [...] En el proceso, Jesús utilizó ese gusto compartido por el personaje, como un efecto placebo, para hacer sentir bien a su hermano. Sólo que esta vez, Spidercholo sería más cercano a ellos, hablaría como uno de ellos, como un morro del barrio de Peralvillo, ubicado al norte de la Ciudad de México (Montelongo, 2016).

El personaje Spidercholo se presenta en su página de Facebook con una imagen bastante singular. Como hemos relatado anteriormente, su imagen hace referencia al estilo de las bandas juveniles conocidos como los cholos, quienes por lo regular integran en sus estéticas corporales camisas cuadradas, playeras sin mangas, sombrero pachuco y, por supuesto, su característico bigote perfilado. En el caso de nuestra comunidad, la imagen que se presenta como foto de perfil muestra a Spidercholo con un traje de color blanco, con distintivos de color azul rey. Otro de los elementos distintivos de la imagen se ubica en la botella de “Tonayán<sup>23</sup>” que Spidercholo sostiene en su mano derecha, evidenciando que es un personaje con predilección por el alcohol (véase imagen 1). También es seguidor de la música de Valentín Elizalde<sup>24</sup>, además de que suele jactarse de comer en puestos callejeros y fondas del barrio. En pocas palabras, intenta proyectar un perfil bajo sin aires de presuntuosidad.

---

<sup>23</sup> El Tonayán es una de las bebidas alcohólicas más baratas y consumidas en México. Se trata de una bebida elaborada con caña de azúcar y que ronda por los \$25 pesos. Últimamente ha adquirido protagonismo debido a que ha sido consumida de manera excesiva por jóvenes, quienes por su bajo costo la han empleado para amenizar sus fiestas, llevándolos al borde de la intoxicación (Lazcano, 2019).

<sup>24</sup> Se trataba de un cantante mexicano, oriundo del Estado de Sinaloa. Solía entonar música regional de banda, y fue un artista que cobró notoriedad luego de ser asesinado en el año 2006 al término de su presentación en un palenque en la ciudad de Reynosa en Tamaulipas. El también conocido como “el gallo de oro”, fue interceptado

Imagen 1.- Captura de pantalla sobre la comunidad de SpiderCholo en Facebook.



Fuente: <https://www.facebook.com/spiderCholooficial/>

La personalidad de Spidercholo complementa los detalles de su imagen en Facebook. El conjunto de expresiones que suele emplear contienen un sentido peyorativo y burlón. Por lo regular, cuando se comunica con sus seguidores masculinos emplea adjetivos como “raza” “plebes” “morros” o simplemente como “amigos”. En el caso de sus seguidoras femeninas, a veces las llama “morrás”, “chavas” o también, simplemente como “amigas”. En la mayoría de las ocasiones, se presenta a sus seguidores como un consejero en temas relacionados con el amor de pareja, las infidelidades, la política, la moda o la economía. Aunque también actúa como un moderador, al abordar temáticas problemáticas como el aborto, las marchas, el alcoholismo o la violencia intrafamiliar y, por supuesto, se presenta como un aleccionador moralista cuando enjuicia las conductas o acciones de las personas que retrata a través de sus memes.

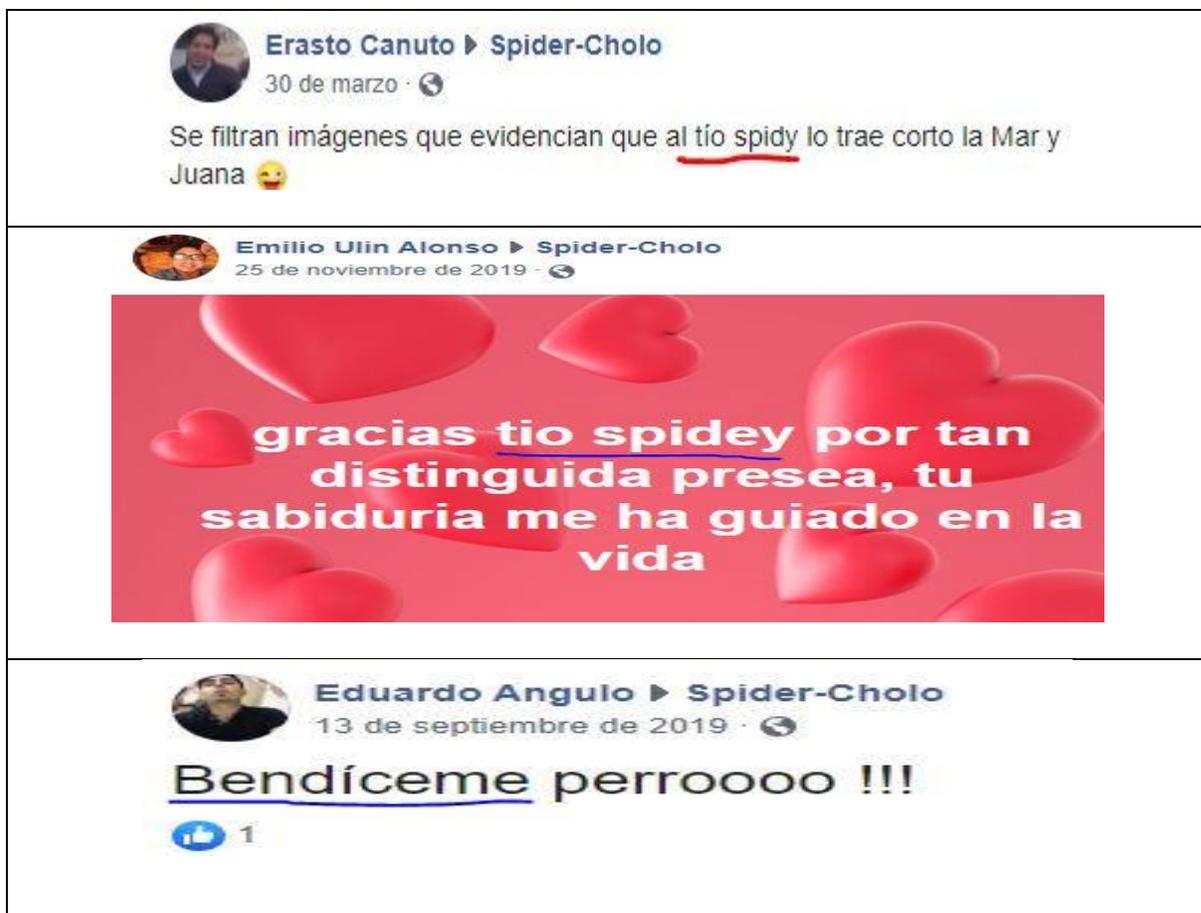
Por su rol de maestro o gurú, que sobre la marcha ha adquirido Spidercholo con respecto a sus seguidores, ellos lo consideran como un miembro de su familia o incluso como una divinidad. Esto se manifiesta a través de sus comentarios, en los cuales con cierta frecuencia

---

por un grupo de tres personas armadas, quienes detonaron sobre el cantante, su chofer, su manager y un primo, alrededor de 75 balazos (Excélsior, 2018). Luego de su espectacular y trágica muerte, el cantante adquirió un mayor número de seguidores, tal como fue el caso del propio Spidercholo.

se refieren a Spidercholo como si se tratara de un tío, nombrándolo como “el tío spidy” o cuando le piden que les otorgue la bendición (véase imagen 2).

Imagen 2.- Menciones sobre el Tío Spidy y pedida de bendición de los seguidores a Spidercholo en Facebook



Fuente: elaboración propia

A continuación, pro seguiremos con el desentrañamiento de la comunidad a partir de nuestro acercamiento netnográfico. Por medio de dos sistematizaciones pretendemos señalar distintas características de la comunidad, tales como el número de memes que publicaron de manera mensual durante año 2009, el número de comentarios que se generan en ese lapso de tiempo- que se relación con el nivel del *Big Data*- así como las temáticas que representaron un mayor interés dentro de la comunidad de Spidercholo en Facebook –relacionado con el *small data*-

## Capítulo 5. Una inmersión netnográfica por la comunidad de Spidercholo en Facebook

El sociólogo sólo puede ser resueltamente weberiano cuando reafirma “la infinidad inagotable del mundo sensible” o la diversidad infinita de lo real.”

Bernard Lahire, 2006, El espíritu sociológico

Nuestro ingreso a la página de Spidercholo primero consistió en la utilización de nuestro propio perfil de Facebook<sup>25</sup>. Posteriormente, nos enfrentamos con la existencia de distintas páginas que aluden al mismo personaje. Es decir, al buscar en Facebook la página de Spidercholo, nos encontramos con alrededor de 39 páginas. Por un lado, esta situación nos reveló el impacto que ha generado el personaje desde su aparición en el 2014 hasta la fecha, y, por otro lado, nos condujo al establecimiento de una delimitación. En ese sentido, optamos por dar seguimiento a la página que concentra el mayor número de seguidores y también que manifiesta una regularidad en la publicación de sus memes. Siguiendo esa lógica, optamos por elegir la página de “Spider-Cholo” (que mostramos en el capítulo anterior), dado que es la página que registra el mayor número de seguidores, con un total de 289,068, así como también, manifestaba una regularidad en la publicación de sus memes, registrando hasta un máximo de cuatro memes por día.

El primer acercamiento que realizamos en la comunidad de Spidercholo ha sido a nivel del *Big Social Data*. En el que registramos estadísticamente un conjunto general de información acerca de la comunidad. Se puntualizan datos que permiten conocer ¿Cuántos memes se publicaron por mes en el año 2019? ¿Cuántos comentarios se registraron por mes? Y ¿Qué porcentaje de interactividad se registró al equiparar memes y comentarios durante el año 2019? Asimismo, dentro de esta primera sistematización, detectamos las dos principales temáticas abordadas mediante los memes en la comunidad durante ese año, a saber, asuntos ligados al género y la clase. La finalidad de este primer acercamiento ha sido la de reducir el universo de exploración partiendo de lo general a lo particular, a manera de corresponder con

---

<sup>25</sup> Se le denomina perfil de Facebook a la cuenta identitaria que nos creamos para formar parte de la red social. En ella incluimos información personal sobre nosotros, por ejemplo, nuestro nombre, una imagen o foto personal, nuestra fecha de cumpleaños, lugar o entidad en la que residimos, así como nuestros intereses y fotografías. Toda esta información la compartimos con otros perfiles o amigos en la red social de manera pública o restringida. Cabe señalar que para crear una página de Facebook es necesario contar primero con un perfil personal.

nuestra aproximación con el nivel del *Small Data*, que ha sido más detalladamente explicado en el capítulo tres de este documento.

#### 5.1.- Primer acercamiento a la comunidad de Spidercholo

La primera sistematización de la comunidad de Spidercholo consta de dos tablas. Primero presentamos una tabla en la que se esquematizan el número de memes y comentarios publicados mensualmente, durante el 2019, en la página de Spidercholo en Facebook (véase tabla 1). En la segunda tabla se visualiza en un calendario la aparición de las dos principales temáticas abordadas en los memes (alusivas al género y la clase) que generaron el mayor número de interactividad entre los seguidores de la página (véase tabla 2).

##### -Primera presentación

La tabla que elaboramos para contabilizar los memes y los comentarios publicados por la comunidad de Spidercholo en 2019, se encuentra constituida por cuatro columnas y 13 filas. La primera columna hace referencia a los 12 meses analizados en el año 2019. La segunda columna refiere al número de memes publicados y contabilizados de manera mensual. La tercera columna señala el número de comentarios registrados por mes. En cuanto a la cuarta columna se establece el porcentaje de interacción registrado en 2019 de acuerdo con el número comentarios realizados y los memes publicados por mes. Finalmente, se muestran los totales de cada una de las 3 columnas.

Algunos de los datos que arroja la tabla permiten observar ciertas especificidades de la comunidad de Spidercholo. En primer lugar, concentrándonos en la primer columna -memes publicados- podemos visualizar de manera general que durante el año 2019 fueron publicados 285 memes en total. Si se los restamos a los 365 días que conforman el año, podemos estimar que hubo 80 días en los cuales no se publicó ningún meme. Por otro parte, cabe resaltar que los meses con mayor número de memes publicados fueron: marzo con 42, seguido por mayo con 38 y febrero con 31. Mientras que los meses que representaron una menor publicación de memes fueron: noviembre y diciembre con 15, julio con 11 y junio con 10 memes publicados.

Tabla 1.- Relación sobre el número de memes, comentarios y número de comentarios por memes al mes.

Meses	Memes publicados	Comentarios	Número de comentarios por memes al mes
<b>Enero</b>	27	1,736	64.30
<b>Febrero</b>	31	1,145	36.94
<b>Marzo</b>	42	4,367	103.98
<b>Abril</b>	28	3,093	110.46
<b>Mayo</b>	38	5,834	153.53
<b>Junio</b>	10	1,557	155.7
<b>Julio</b>	11	2,545	231.36
<b>Agosto</b>	25	4,372	174.88
<b>Septiembre</b>	22	3,431	155.95
<b>Octubre</b>	21	3,726	177.43
<b>Noviembre</b>	15	1,511	100.73
<b>Diciembre</b>	15	2,441	162.73
<b>Total</b>	285	35,758	1627.99

Fuente: elaboración propia

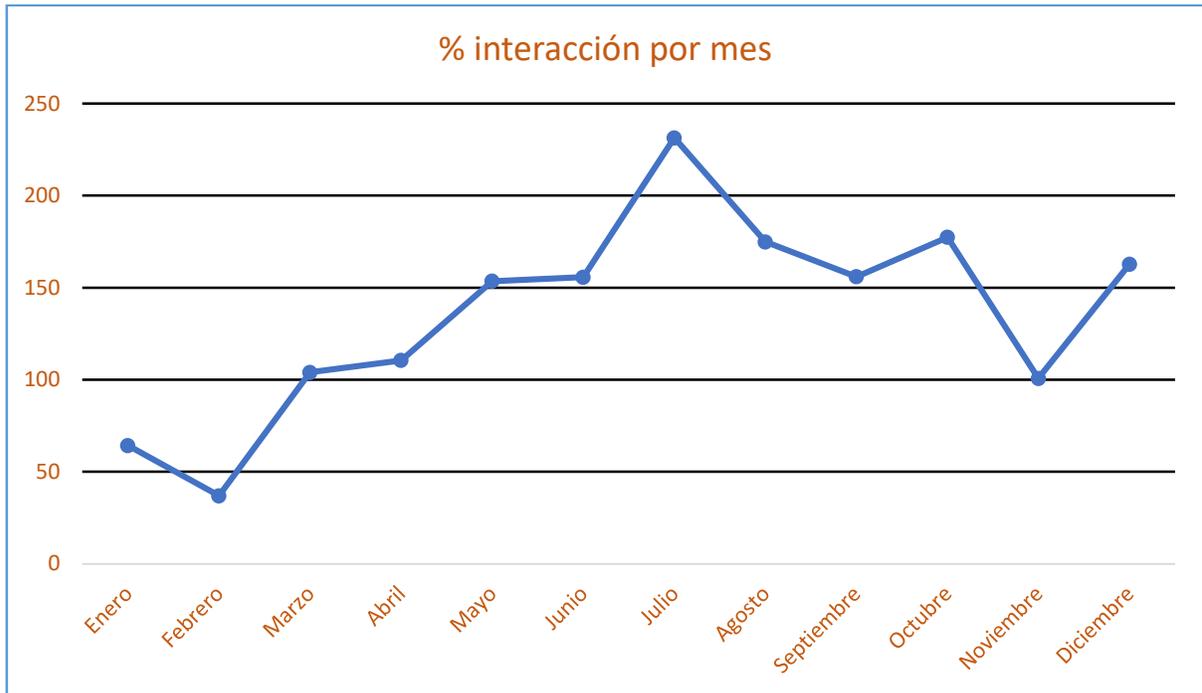
Pasando a la segunda columna, relacionada con la interacción de los seguidores de la comunidad de Spidercholo por medio de sus comentarios, resaltan los 35 mil 758 comentarios que en total se registraron durante el año 2019. De igual forma, si ordenamos los datos de mayor a menor interactividad, podemos visualizar que los meses con mayor interactividad fueron: mayo, con 5 mil 834 comentarios, seguido de agosto con 4372 y de

marzo con 4367 comentarios emitidos. Mientras que los meses con menor número de comentarios fueron: junio con 1557, noviembre con 1511 y febrero con 1145.

La construcción de la tercera columna está pensada en razón de poder visualizar la interacción registrada en el 2019 al dividir los comentarios de los seguidores entre el número de memes registrados por mes. Esta representación simplemente nos permite considerar que no necesariamente el mes con mayor número de memes fue el que mayor interactividad generó. Si comparamos ambas columnas podemos notar que, por ejemplo, el mes donde se publicaron más memes, en este caso marzo con 42, no equivale a ser el mes con mayor número de comentarios, puesto que ese lugar lo ocupa el mes de mayo con 5 mil 834. Asimismo, el mes de junio, en el que apenas se publicaron 10 memes, no es el mes con menor cantidad de comentarios, dado que ese lugar lo tiene febrero con 1145, a pesar de que se publicaron 31 memes. Es decir, 21 memes más que el mes de junio. Por tal motivo, es posible visualizar los contrastes entre los memes publicados y el número de comentarios registrados a partir de su representación en términos porcentuales.

El resultado de la tercera columna nos ayuda a visualizar las tendencias, estabilizaciones y caídas con respecto a la interactividad ocurrida entre los seguidores de la página Spidercholo en el año 2019 (véase gráfica 1). Por ejemplo, podemos notar que el pico más bajo de interactividad con respecto a los memes y los comentarios se registraron en enero, febrero y noviembre. Por otra parte, la media o la estabilización de la interacción se divide entre los meses de mayo, junio, agosto, septiembre, octubre y diciembre. Y, finalmente, julio representó el mes donde se alcanzó el pico porcentual más alto de la interactividad registrada entre los memes que publicaron y los comentarios elaborados.

Gráfica 1.-Muestreo sobre la interacción registra en el 2019 por mes



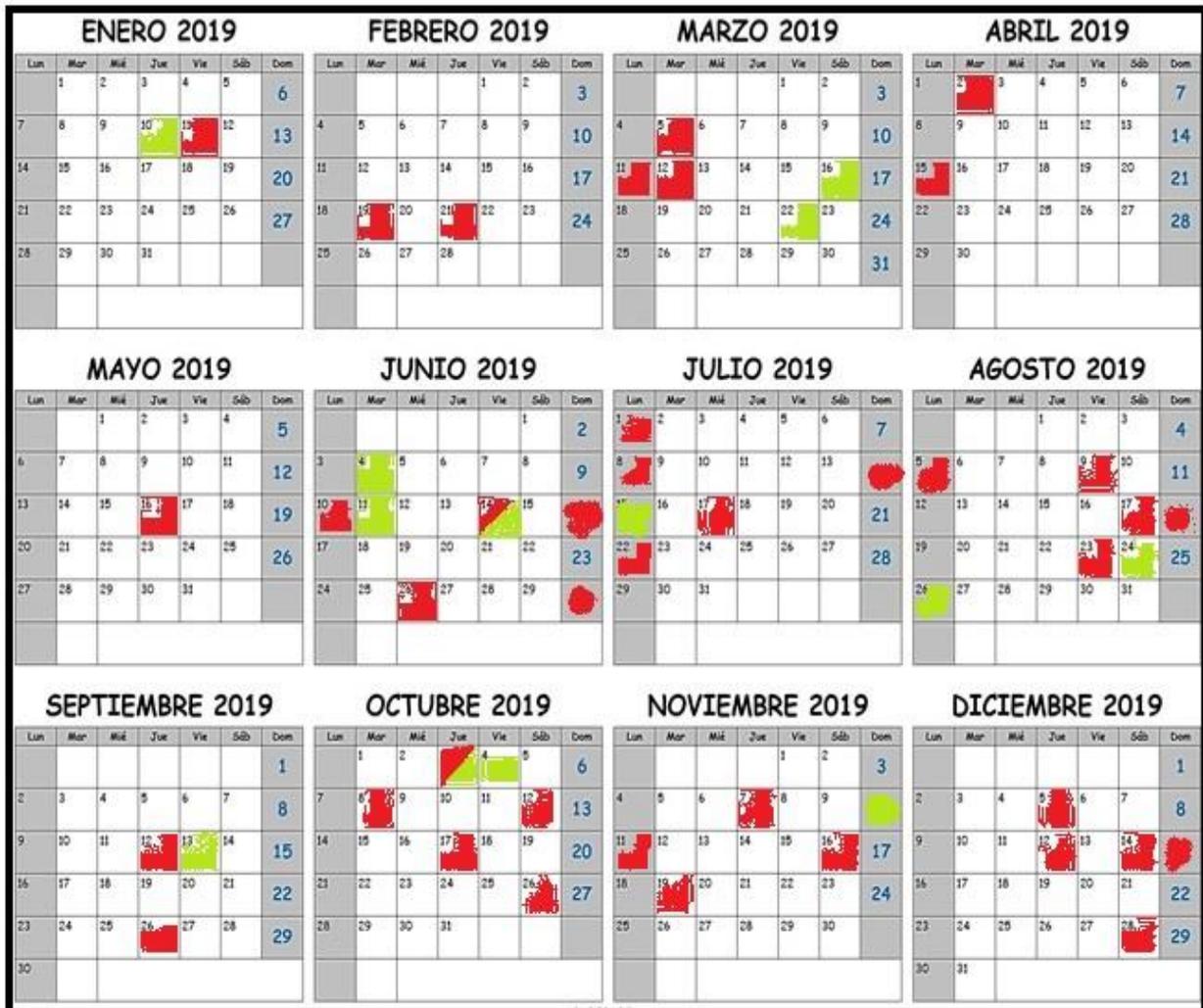
Fuente: elaboración propia

#### -Segunda presentación

Prosiguiendo con la segunda presentación de nuestra primera sistematización, mostramos en un calendario las dos principales temáticas que generaron el mayor número de memes, reacciones y comentarios entre los seguidores y los administradores de la página de Spidercholo. Tanto los memes donde se representaba alguna situación relacionada con el género –particularmente actividades asociadas con el comportamiento masculino- y la clase –que fundamentalmente se relaciona con aspectos sobre la distinción de clase- resultaron ser las dos principales temáticas que suscitaron el mayor grado de interactividad dentro de la comunidad de Spidercholo<sup>26</sup>.

<sup>26</sup> Por género entendemos un recurso conceptual que nos permite entender la forma como se simboliza y representa la división sexual entre las sociedades, conforme a las cualidades que son propias de hombres y mujeres en términos culturales (Moore, 2009). En cuanto a la clase, nos basamos en la consideración de Saraví (2015), para captar la representación cultural que adoptan las diferencias de ingresos económicos.

Tabla 2.- Aparición de memes sobre género y clase



Simbología		Mes y día de publicación	
<b>Memes sobre género =</b> 		Enero: 11	Julio: 1,17,22,8,14
		Febrero: 19, 21	Agosto: 5,9,17, 18,23
<b>Memes sobre clase=</b> 		Marzo: 5,11,12	Septiembre: 12,26
		Abril: 2,15	Octubre: 3,8,12,17,26
		Mayo: 16	Noviembre: 7,11,16,19
		Junio: 16,10,14,26,30	Diciembre: 5,12,14,15,28
		Enero: 10	Julio: 15
		Febrero: 0	Agosto:24,26
		Marzo: 16,22	Septiembre: 13
		Abril: 0	Octubre: 3,4
		Mayo:0	Noviembre: 10
		Junio: 4,11,14	Diciembre: 14,17

Fuente: elaboración propia

La tabla 2 representa la delimitación del universo de temáticas de los memes publicados en la comunidad Spidercholo: reduce el total de memes publicados en el año 2019, que fueron 285, a 55 memes que tocan los dos temas más recurrentes. Situación que nos resulta positiva, en cuanto a que nos facilita trabajar con un material empírico con dimensiones acordes al *Small Data*. Organizando la distribución de las dos temáticas señaladas, encontramos que los relacionados con la temática de género suman un total de 40 memes publicados. Mientras que sobre la temática relacionada con la clase se registraron 15 memes. Otra cualidad que sobresale en el calendario refiere a los meses en los que hubo mayor y menor cantidad de memes publicados sobre ambas temáticas. Por ejemplo, el mes de junio fue el que aglomeró una mayor cantidad de memes publicados sobre ambas temáticas, con un total de ocho, mientras que mayo fue el mes en el que menos publicaciones se registraron, con apenas un meme.

Concluida la primera sistematización de los memes y sus respectivos comentarios, elaborados en el año 2019 en la página Spidercholo y contabilizados 55 memes que abordan dos principales ejes temáticos, como son el género y la clase quedamos habilitados para realizar una segunda sistematización. Con este propósito, en el siguiente apartado nos concentramos en reducir ambas temáticas a la congregación de categorías, con la finalidad de establecer, en el último apartado de este capítulo, una serie de interpretaciones relacionadas con el análisis de los memes sobre el género y clase detectados en la comunidad.

#### 5.2.- Segundo acercamiento: netnografiando reacciones populares sobre el género y la clase

En este segundo nivel de sistematización, nos concentramos en la creación de categorías y etiquetas sobre los memes y comentarios recuperados de la comunidad de Spidercholo, en torno a las dos temáticas generales que son el género y la clase. Para ello recurrimos a la identificación de regularidades de significación alrededor de ambas temáticas, apoyándonos tanto en las imágenes de los memes como en los comentarios de sus seguidores. Con ese fin, ocupamos el recurso netnográfico de la descripción participante (Del Fresno, 2011) y el modelo analítico de Barthes (1970), que hemos puntualizado en el apartado metodológico de nuestra investigación, (véase capítulo tres), para dar cuenta de las prácticas de interacción

que se gestaron entre los seguidores y los mensajes connotados que resguardan los memes de la página Spidercholo en Facebook<sup>27</sup>.

#### Regularidades temáticas sobre el género

En relación con la temática del género, identificamos cuatro principales regularidades que congregamos en cuatro categorías como son la misoginia (10 memes), la virilidad (21 memes), el control de la sexualidad femenina (4 memes) y la cosificación del cuerpo femenino (5 memes). A continuación mostraremos algunos de los memes que componen esas categorías, mismas que están etiquetadas con títulos extraídos de los propios comentarios de los seguidores y del propio Spidercholo. De esta forma, para el caso de la misoginia presentamos el meme titulado “el secuestro de Karen”, con respecto a la virilidad mostramos “Soldado caído” y “Venomás ese reatón”, en la categoría control de la sexualidad femenina exponemos “Miss culo alegre” y finalmente en la cosificación del cuerpo femenino presentamos “Exaltando chichotas y nachas”.

#### -Reacciones misóginas

Dentro de esta categoría hemos concentrado aquellos memes y comentarios donde se inscriben manifestaciones de aberración hacia las mujeres, sea por su aspecto físico, su vestimenta o algún comportamiento que se considere absurdo. Para Spidercholo y sus seguidores, cualquiera de estas características puede ser detonador para iniciar con un trabajo de desprestigio hacia las mujeres.

#### Meme publicado el 5 de diciembre 2019: el secuestro de Karen



<sup>27</sup> Cabe mencionar que, por razones de espacio, sólo mostraremos los memes más representativos por cada temática. Sobre todo, porque colocar los 55 memes con sus respectivos comentarios resultaría una abrumadora cantidad de páginas que exceden el límite permitido para esta tesis.

**Spider-Cholo** De tanto filtro que usan... hasta purifican el agua

Me gusta · Responder · 14 s · 148

5 respuestas

**Alberto Padilla** 🎵 y la culpa era de ella, andaba de peda en un bar. 🎵 🍷 🍷 🍷  
🎵 Y la culpa era de ella un culpando a un taxista que la quería secuestrar. 🎵 🎵  
🎵 Y la gente toda angustiada empezaba a rezar 🎵  
🎵 La culpable eres tu, por andar de peda y caliente en un bar, culpando a un taxista para justificar 🎵 🎵



Me gusta · Responder · 14 s · 180

**José Ángel Díaz Ramírez**  
CUANDO TIENES QUE USAR TU TRANSFORMACION PARA SALVARTE DEL TAXISTA



Me gusta · Responder · 14 s · 27

**Angel Rodriguez** Parece que duró 9 meses perdida la culera ya cuando iba a parir apareció alv

Me gusta · Responder · 14 s · 8

**Gallo de Oro**



Me gusta · Responder · 14 s · 108

**Oscar Gonzalez Sanchez**  
MUY RICO Y TODO PERO MI ESPOSO YA ESTA PUBLICANDO EN FACE QUE ESTOY DESAPARECIDA



Me gusta · Responder · 14 s · 42

**Chawis Silva** No vayan a ser su mitin los taxitas. Con la leyenda ni uno mas lo queremos vivo...vivo te lo llevaste vivo lo queremos

Me gusta · Responder · 14 s · 25

3 respuestas

**Marco Martinez** La karen con el que se quedó de ver 🤔🤔🤔

- Te veías más flaquita en Facebook  
- Ya estamos aquí, échale.



Me gusta · Responder · 14 s · 34

**Omar Gutierrez** La culpa si era de ella, por donde estaba y como se veía...

Me gusta · Responder · 14 s · 8

**Jesus Cano** No mamen!!! La cerveza cura la "presión" se mamo la cochiloca!!

**Karen Espindola** @Karen\_Espdla · 3h  
La victima soy yo, no logro entender como la gente me agrade sin ninguna razón! Admito que fui a ese bar pero solo a tomarme una cerveza por el susto y porque sufro de la presión.  
#karenespindola  
#KarenTriponaMentirosa  
#KarenMentirosa  
#KarenTeBuscamos

155 · 17 · 45

Me gusta · Responder · 14 s

**Cj Marquez** la foto es sin filtro, lo que pasa es que llegó un poquito hinchada por la desvelada y tanto alcohol

Me gusta · Responder · 14 s



David Quiroz



Me gusta · Responder · 14 s



Pako Flores A lo mejor la secuestro y la llevo a los tacos de la polilla

Me gusta · Responder · 14 s



Ivan Estrada Así cuando la iban a encontrar, no la chinguen pongan fotos reales para saber realmente que se está buscando

Me gusta · Responder · 14 s



22



Alex Wolowitz Con razón no la encontraban, hay que ponernos gafas con filtros

Me gusta · Responder · 14 s



10



Mariana Ramirez Talvez mezcló agua con alcohol, y se hinchó no juzguen si no saben

Me gusta · Responder · 14 s



59

↳ 4 respuestas



Adrly Noort esta irreconocible por que retiene liquidos bien macizo.

Me gusta · Responder · 14 s



19

↳ 1 respuesta



Juany N Lopez Creo que la estaba engordando para chicharron

Me gusta · Responder · 14 s



31

En este caso el meme publicado por Spidercholo hace referencia a la situación que vivió la joven Karen Espíndola de 30 años residente de la Ciudad de México el día 3 de diciembre del 2019. Ese día Karen había salido de su casa y se encontraba en las inmediaciones del metro General Anaya, donde al parecer abordó un taxi para reunirse con su mamá. Karen envió un mensaje de Whatsapp a su mamá alrededor de las 8:30pm., en el que la alertaba de la actitud sospechosa del conductor del taxi. Por lo que su mamá le pidió que se bajara de la unidad e incluso que le enviara la ubicación en vivo, para poderla monitorearla. La respuesta de Karen a la petición de su madre nunca llegó, por lo que la comunicación con su madre se vio sesada. En ese momento el hermano de Karen decidió publicar en las redes sociales la desaparición de su hermana, logrando que la información se difundiera masivamente y llegara incluso hasta la jefa de gobierno de la CDMX, Claudia Sheinbaum. Al término del día no se obtuvo información sobre el paradero de Karen, lo que hacía a la opinión pública pensar en el peor de los desenlaces, dado el alto nivel de riesgo y violencia que padecen las mujeres en el país.

Todo daría un vuelco a la mañana siguiente, cuando a las 11:00am, Karen retornaba a su casa descendiendo de un taxi. Ávida la sociedad de respuestas con respecto a dónde había estado la joven, correspondió a la Procuraduría General de la República (PGR) buscarla y ofrecer

los detalles al respecto. Primero la propia Karen desmintió que hubiera sido secuestrada por el taxista y comentó que se había ido a pasar la tarde con un amigo. Luego, al revisar las cámaras aledañas al metro General Anaya –el lugar donde tuvo comunicación Karen con su mamá por última vez antes de desaparecer- las autoridades corroboraron que Karen se dirigió a un bar que se encontraba a unos 10 minutos de su domicilio. En ese lugar permaneció con su acompañante hasta las 2:00am, hora en la que ambos se retiraron del bar (Brooks, 2019).

Posterior a su vuelta a casa y a la explicación que dio sobre dónde estuvo y que hizo mientras su familia la daba prácticamente por secuestrada, en las redes sociales prepararían un sinfín de interpretaciones y respuestas –la mayoría negativas y ofensivas- en relación a lo ocurrido con Karen. Unos la llamaron mentirosa, mientras que otros aprovecharon su caso para pedir cero quejas para casos futuros donde se solicitara ayuda para localizar mujeres desaparecidas. En nuestro caso, que es la comunidad de Spidercholo, las reacciones en torno al suceso fueron en su mayoría expresadas con ironía, mediante mensajes humillantes en relación con la apariencia física de Karen, evidentemente motivado por el meme publicado en la página.

En primera instancia resalta el meme central porque fue publicado por Spidercholo. Para comprender este meme, además de la contextualización que ya presentamos, debemos poner atención a los dos niveles signícos que constituyen el significado del mensaje, como son la imagen y el texto. Estos elementos, como señala Barthes (1970), nos adentran en la distinción de las funciones denotativas y connotativas del meme. Las dos imágenes que integran el meme hablan de una transformación en la apariencia física de Karen después de su “reaparición”. La imagen del lado izquierdo es la foto de perfil que Karen tenía en su Facebook y que se difundió para pedir informes de quienes hubieran podido haberla visto cuando se presumía que estaba secuestrada. La foto de lado derecho fue tomada justo en el momento en el que Karen llegaba a su casa. Ahora bien, para resaltar el mensaje que quiere emitir a sus seguidores, Spidercholo inscribe una leyenda o “texto” al margen de las fotografías, en el que se lee: “Pinche Taxista culero, la dejó irreconocible, le dio de comer como 20 kilos de más #KarenEspímdola”. Según Barthes (1970, p. 122), prestar atención a los textos que se añaden a las imágenes nos permite conectar todos los códigos en el trabajo de comprensión de un mensaje. “[...] el texto constituye un mensaje parásito, destinado a connotar la imagen, es decir, a “insuflarle” uno o varios significados secundarios”. En ese

sentido, el meme de Spidercholo, busca que sus seguidores centren su atención específicamente en la segunda imagen, en la “falsa” apariencia física de Karen. Denostándola en el texto, al comentar que el taxista le dio de comer excesivamente al grado de dejarla irreconocible, dado que al desaparecer era delgada y al volver estaba, supuestamente, obesa.

La base receptora del mensaje, en este caso representado por los comentarios de los seguidores de la página, nos muestra que el mensaje fue correctamente recepcionado e incluso, en algunos casos, re-interpretado al añadir otros elementos al significado. En ese sentido, quienes continuaron con la injuria hacia el falso aspecto físico de Karen, iniciada por Spidercholo, agregaron memes adicionales en sus comentarios en los que se leía la frase: “De día soy una, pero de noche otra” acompañada de una imagen de Fiona, un personaje de la película *Shrek*, quien destaca en la película por su condición de poder transformarse en princesa por las mañanas y en ogra por las noches. Lo que la comunidad de Spidercholo parece pensar habría ocurrido con Karen. En la misma tónica de reacciones, otros seguidores aconsejaban a las mujeres que “no la chingarán”, que publicaran fotos reales en sus redes sociales, dado que de otra manera, si las llegaban a secuestrar, iba a complicarse su identificación. Lo que otros seguidores complementaron, opinando que las autoridades competentes no podían encontrarla o mejor dicho reconocerla porque, quizás, en el bar le dieron a injerir agua con alcohol, lo que le provocó un hinchamiento en su cuerpo. Otras hipótesis de los internautas de la página puntualizaban que su extravió parecía haber durado “nueve meses” y que reapareció cuando ya iba a parir la “culera”. Así, en cadena, otros seguidores añadieron otras temáticas no anunciadas por Spidercholo en el meme original: por ejemplo, pensar en qué pasó entre Karen y su acompañante cuando se retiraron del bar. En ese sentido, un comentario rescata una escena de la película *El libro de la selva*, en el que se observa al personaje *Mougli* empujando a un elefante, pero desde la lógica del meme el texto nos invita a concebir esa escena como un acto sexual: de acuerdo con el diálogo añadido, se trata de Karen y su acompañante, y se nos hace suponer que el acompañante le dice a Karen que se “veía más flaquita en Facebook” a lo que Karen supuestamente le contesta que dejara de pensar en eso, pues “ya estaban aquí” y que mejor continuara con lo que estaba haciendo, que se entiende es una penetración. Asimismo, otros seguidores añadieron otros significados, al comentar la imagen utilizando lemas y coros que han surgido de movimientos sociales y feministas. Tal es el caso de uno de los comentarios que reinterpretó una de las

consignas que surgieron a raíz del caso de desaparición de los 43 estudiantes normalistas de Ayotzinapan el 26 de septiembre del 2014, que se laureaba en las calles como signo de protesta por su desaparición: “vivos se los llevaron y vivos los queremos”. El seguidor de la página que añadió dicho comentario sugería a los taxistas que no fueran a crear un mitin pidiendo que “vivo se lo llevaron y vivo lo queremos”. Otro seguidor expresó su parecer al respecto de lo ocurrido adaptando para ello el coro del movimiento feminista “El violador eres tú”, señalando que “y la culpa era de ella, andaba de peda en un bar, y la culpa era de ella culpando a un taxista que la quería secuestrar, y la gente toda angustiada empezaba a rezar, la culpable eres tú por andar de peda y caliente en un bar culpando a un taxista para justificar”. Además, agregó a su comentario un meme en el que se observa y se lee una escena en la que una mujer increpa a Karen diciéndole: “no me dijiste que estabas secuestrada” a lo que supuestamente ella le responde: “sí, pero es que mi amante me llevó a coger.”

#### -Reacciones de virilidad

Dentro de esta categoría hemos congregado aquellos memes y comentarios que destacan y mencionan con orgullo atributos que se perciben como característicos de un verdadero hombre mexicano. Aquí caben el alardeo por tener un pene grande o por mantener un cuerpo gordo, el desprecio hacia la calvicie, la celebración y condecoración por la infidelidad, así como el número de mujeres con las que sean acostado; son algunas de las referencias a las que temáticamente se vinculan los memes en esta categoría.

#### Meme publicado el 12 de marzo 2019: Soldado caído

Para los que andaban con el pendiente,  
nuestro soldado les manda saludos.  
Sobrevivió a la amante, ahora sólo falta que  
llegue a su casa a enfrentar a la esposa!!



Te despediremos con honores soldado 🕶️



El meme titulado “soldado caído”, surge luego de un altercado entre una pareja en la ciudad de Iguala, Guerrero. La noticia emergió luego de que el retratado Omar y la que al parecer era su amante, Sonia, habían asistido a un hotel, donde al transcurrir unas horas, tuvieron una discusión, debido a que Sonia había revisado unos mensajes que Omar había recibido de parte de su esposa. Al parecer, Sonia le habría pedido a Omar que formalizaran su relación y dejara a su esposa, a lo que Omar se negaría. Ante la negativa, Sonia le encajaría un cuchillo en el abdomen, lo que le produciría un desangrado intenso a Omar. Al cabo de unos minutos, Omar estaba tendido en el piso, mientras Sonia lo abrazaba, le pedía disculpas y le suplicaba “que no se muriera”. Finalmente llegó la policía y se llevó a la agresora, mientras que Omar fue trasladado al nosocomio para que ahí le atendieran su herida (Índice político, 2019).

Esta noticia trascendería en los medios informativos, luego de que toda la escena pasional habría ocurrido en el patio del hotel, lo que permitió que fuera grabada por empleados del lugar, quienes difundirían el video por redes sociales, hasta llegar a la comunidad de Spidercholo.



Analizando el meme publicado por Spidercholo podemos destacar los dos niveles signícos que enmarcan su sentido, a saber, el texto y la imagen. El texto nos dice qué paso con Omar después del ataque, informándonos que éste se encuentra bien. Asimismo, destaca el adjetivo de “soldado” porque hace referencia a la pertenencia a un colectivo. Se trata de un distintivo que establece la pertenencia a una comunidad. Por ello lo de “nuestro”, insinuando que, los que leemos también formamos parte de la misma comunión. Por otro lado, el texto menciona que, aunque Omar haya logrado sobrevivir al ataque de su amante, aún está pendiente la confrontación con su pareja formal, es decir, su esposa, claramente enunciado en un tono

sarcástico como lo denota el emoji sonriente con una lágrima escurriéndole en el rostro. En el caso de la imagen, podemos observar presuntamente a Omar recostado, estabilizado en el hospital y con catéteres en el cuerpo. Dándonos certeza de que se encuentra bien. Finalmente, en los memes complementarios, de parte de los seguidores, veremos dos distintas pero complementarias reacciones al meme de Spidercholo. En uno se lee una recomendación: en caso de que tu mujer te intente atacar con un cuchillo, defiendete con pan y jamón, para que ella se detenga y active su instinto de mujer de cocina y te prepare un sándwich. En el otro meme vemos que, supuestamente, el expresidente Obama condecora a un oficial. Esto alude a la convalidación de la acción de Omar como miembro de la comunidad, al sobrevivir al ataque de su amante. Razón por la cual, como sobreviviente es digno de merecer respeto, como señala el comentario al “enorgullecernos”.

Meme publicado el 14 de diciembre 2019: Venomás ese reatón

- Oye Venom...
- Soy Spiderman
- Oye Venomás ese riatón que te cargas.



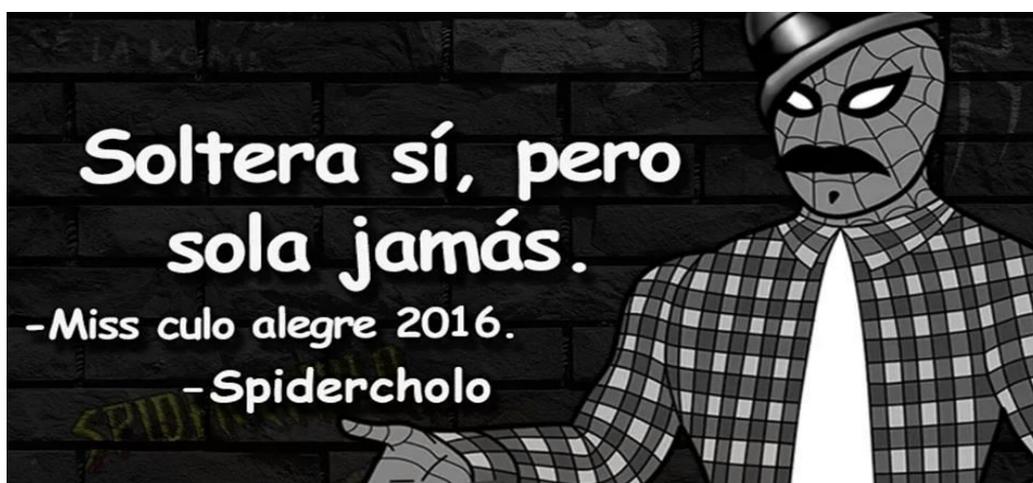
Otra de las cualidades en las que se centra el humor de Spidercholo se ubica en los alardeos que constantemente realiza sobre el miembro masculino. El chiste que reguarda la imagen se apoya en dos tramas de significado, que son el texto y la imagen. Con relación al texto, éste se encuentra construido en forma de diálogo. En principio, el “Oye Venom”, hace inferir que quien habla es el señor de la imagen, dado que “Venom” se refiere a uno de los villanos del

comic Spiderman. En continuidad con el diálogo, se sugiere que, en respuesta a la locución del señor, Spiderman le aclara a su interlocutor que es no es Venom. Sin embargo, en la siguiente línea, entra el “trucaje” en la continuidad del diálogo y en la contra argumentación del señor se inserta el doble sentido o el albur. Inmediatamente se subraya que en realidad éste no habría terminado lo que quería expresar en su primer diálogo sobre “Oye Venom” y, en realidad, lo que quería decir era “oye venomas”; expresión que hace referencia a un modismo popular, empleado para indicar a otra persona que ponga atención en algo, casi siempre por tratarse de algo inusual, “oye ve nomás esto o aquello”. En ese sentido, lo que termina por rematar el chiste es la combinación entre la imagen y el último dialogo, dado que al vincular ambos elementos, tanto la frase “Oye Venomás ese riatón que te cargas” y la imagen del señor tomando del pene a Spiderman, se entiende que el “riatón” al que se hace mención en el diálogo es al miembro de Spiderman; además, escrito en aumentativo, se recalca su gran tamaño.

#### Reacciones en torno al control de la sexualidad femenina

En esta categoría se reúnen todos los memes y comentarios en donde se pone de manifiesto un cuestionamiento a la libertad de las mujeres por decidirse ejercer su sexualidad. En general, las imágenes de los memes y los comentarios de los seguidores evidencian un rechazo contra aquellas mujeres que deciden mostrar su cuerpo durante las marchas feministas, cuestionan a las que deciden tener varias parejas sexuales, y también, ponen en duda la virginidad de las mujeres.

Meme publicado en junio 2019: Miss culo alegre





"A las 12 me felicitan por qué yo también soy virgen"

La morra:



En estos memes y comentarios se clarifica todo un conjunto de imágenes y palabras que revelan la negatividad de Spidercholo y sus seguidores ante el hecho de que las mujeres tengan poder y decisión sobre su cuerpo y su sexualidad. Por ejemplo, en el primer meme se indica un comentario mediante el cual, supuestamente, una mujer aclara su situación emocional. Nos comenta que es una mujer con un estatus afectivo de soltería, pero que ello no significa que se encuentre sola o sin compañía alguna, situación que lleva a Spidercholo a calificarla de "Miss culo alegre". Esta expresión intenta hacernos inferir que se trata de la típica justificación de toda mujer que tiene parejas sin compromisos, lo cual se relaciona con el otro meme, donde de igual forma se retoman las palabras de una mujer que expresa su disgusto por hombres celosos. Spidercholo lo interpreta como si, en realidad, las palabras de la mujer llevaran de trasfondo el deseo de no ser juzgada por su futura pareja al relacionarse con otros hombres y así justificar todas sus "pinches puterías". Finalmente, en el tercer meme representativo de esta categoría, debemos analizar lo que en el estado del arte encontramos bajo el concepto de intertextualidad para revelar las capas que envuelven el significado del mensaje. De igual forma que en los anteriores memes, se infiere que el texto alude al comentario de una mujer que manifiesta su interés por ser felicitada por el hecho de percibirse como virgen. Cabe mencionar que la virginidad es una expresión que alude a una creencia en México con respecto a que las mujeres que todavía no han tenido relaciones sexuales portan un aura de sacralidad. Por lo que su cuerpo y estatus son dignos de ser considerados

como vírgenes e impolutos. Sin embargo, el meme añade otra capa de significado cuando colocan la expresión “la morra” y la imagen del planeta tierra con un gran boquete. Para entender el mensaje se requiere saber que con la palabra “la morra” se alude a una expresión usada en los barrios populares para referirse a una mujer. De modo que el mundo con el gran boquete intenta representar una vagina. En ese sentido, se intenta emitir el mensaje de que la supuesta chica que pide ser felicita por su virginidad en realidad no lo es, en vista de que la estrechez que manifestaría su vagina para confirmar que aún se mantiene virgen no es tal, ya que en la imagen se observa un gran orificio, lo que lleva a conjeturar que ya ha tenido varias, si no muchas, relaciones sexuales.

#### Reacciones sobre la cosificación del cuerpo femenino

Dentro de esta categoría reunimos aquellos memes y comentarios en los cuales se suele concebir a las mujeres como un objeto de consumo sexual. En algunos casos, la cosificación se centra en resaltar las zonas erógenas del cuerpo femenino, tales como los senos, los glúteos o la vagina. Por otro lado, se suele concebir la belleza femenina como algo producido para que los hombres la contemplen, así como también se maneja la idea de que los celos posesivos son una señal clara para las mujeres de que son propiedad de sus parejas y que además las aman.

Meme publicado el 30 de junio: exaltando chichotas y nachas





Para extraer el significado de estos memes y comentarios hay que retomar lo planteado por Barthes (1970) en relación al mensaje connotado. En primera instancia, en los dos memes en los que aparece Spidercholo, se observa en una “pose” que manifiesta una señal con sus dedos. Esta seña nos indica la representación de un corazón, lo cual nos instala en un mensaje con intenciones amorosas o románticas. Como segundo signo, está el “texto” que acompaña a cada la imagen. La estructura de ambos textos tiene un doble “trucaje”, inician con dulzura y cierran con ironía. Por ejemplo, en el primer caso se lee: “Ojalá todos pudieran ver tu hermosa sonrisa y esos bellos ojazos”, con lo cual pretende llamar la atención del lector(a) desde la confianza y dulzura. Sin embargo, al completar el verso nos movemos a la ironía, lo cómico, cuando dice “que tienes encima de esas chichotas BB”. El personaje deja claro que la belleza de su “BB” (modismo popular mexicano que se emplea para llamar de forma cariñosa a una pareja o amiga) en realidad no está en su rostro (ojos y sonrisa) si no que se encuentra concentrada en sus “chichotas” (expresión popular de los pechos femeninos).

La misma estructura es utilizada en el segundo meme, donde Spidercholo pareciera decirle a una mujer: “Iré a pedir Halloween a tu casa para ver si así me dan tus dulces nalgotas mi amor” La frase corta el pretendido romanticismo luego de los dulces, que es la secuencia esperada, sobre todo porque la tradición de Halloween consiste en que los niños reciban dulces al visitar las casas. Sin embargo, en este caso la expresión tuerca hacia lo inesperado, es decir, lo cómico, cuando a lado de la palabra dulce inserta la de las “nalgotas”, dado que

se trata de una expresión popular vulgar que hace referencia a unos glúteos femeninos de grandes proporciones.

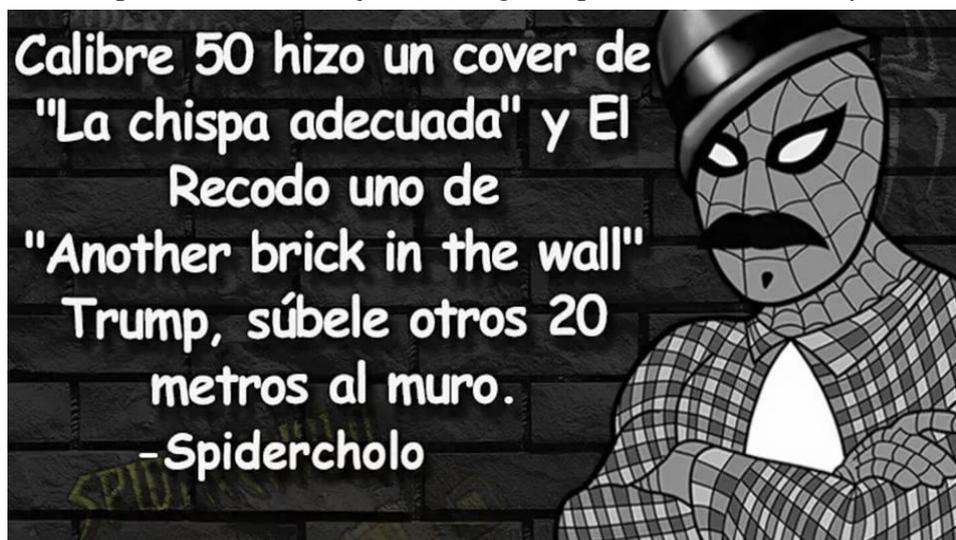
Regularidades temáticas sobre la clase

Dentro de la temática sobre la clase identificamos tres principales regularidades que ordenamos en tres principales categorías que son la distinción por gustos musicales (6 memes), distinción por acceso a espacios sociales (2 memes) y la distinción por consumo de diversos objetos/artículos (7 memes). Para la categoría sobre distinción por gustos musicales presentamos tres memes que llevan por título “desagrado por la música de banda y corridos”, en la distinción por acceso a espacios sociales mostramos “experiencias y lugares de gente pobre” y finalmente en la categoría distinción por consumo de diversos objetos/artículos presentamos “consumos ostentosos”.

Distinción por gustos musicales

En esta categoría se congregan memes y comentarios donde se manifiesta una división entre los gustos musicales bajo parámetros dicotómicos que van entre buenos y malos o entre refinados y vulgares. Asimismo, se pone un énfasis en el desprecio por quienes escuchan música de banda, corridos o reggaetón.

Meme publicado el 14 de junio: desagrado por música de banda y corridos





Dentro de esta categoría percibimos que en la comunidad de Spidercholo no se toleran tres géneros que son de alto consumo musical en México, como es: el duranguense, la banda sinaloense y los narcocorridos. En estos memes se presenta el fenómeno de la intertextualidad como elemento que nos permite identificar su significado. En el caso del primer meme en blanco y negro, podemos observar la “pose” de Spidercholo, quien tiene los brazos cruzados, lo cual hace referencia a estar ideando un cuestionamiento. En este caso, el “texto” nos indica la reflexión que está elucubrando y que se relaciona con una comparación entre géneros y grupos musicales. De acuerdo con Barthes (1970), la estructura “sintáctica” del texto está conformada por dos premisas y una conclusión. En primer lugar, se comparan dos covers musicales realizados por un grupo de música duranguense como “Calibre 50”, que recreó una canción de rock, titulada “La chispa adecuada”, del artista español Enrique Bunbury. El otro cover fue realizado por la agrupación de música de banda el “Recodo” al retomar la canción “Another brick in the wall” del grupo de rock inglés “Pink Floyd”. Ambas premisas darán pie a la conclusión del texto en el que se solicita al presidente de EUA, Donald Trump, que le “suba otros 20 metros” al muro fronterizo entre México y EUA. El sentido irónico y cómico del mensaje estriba en que ambos covers transgreden la belleza de ambas canciones de rock, al pasar al género del duranguense y la banda, por ser de menor importancia. Lo cual, según Spidercholo, a los mexicanos nos hace merecedores del castigo del ex presidente de los EUA Donald Trump, manifiesto en la construcción del muro fronterizo que había prometido, o con el que había amenazado, durante su campaña presidencial.

Los otros dos memes, realizados a color, se inscriben en el formato de viñetas. En ellos se exhibe un diálogo entre Spidercholo y otros personajes. En uno se trata de otro personaje de Facebook conocido como “Baticholo” y que hemos señalado en el capítulo cuatro. Mientras que en el otro meme se observa la representación caricaturizada del cantante de narcocorridos, Alfredo Ríos “El Komander”. En ambos memes se manifiesta un rechazo a los narcocorridos por parte de Spidercholo. Por ejemplo, “Baticholo” le comenta a Spidercholo que su coche tiene un ruido “culero” (expresión peyorativa para referirse a algo que está mal) y que el mecánico le dijo que era por la banda. Lo cual supone que se refiere a una falla mecánica. Sin embargo, en un tono eufórico, dada la “pose” de Spidercholo, éste le contesta que debe quitar el disco de “El Komander”, que no sea un tremendo “pndjo” (expresión peyorativa para referirse a alguien como un tonto o idiota). Por tanto, al hablar de “banda”, Spidercholo se refiere al género musical y no aun asunto mecánico. Por otro lado, en la conversación de Spidercholo con el “Komander”, éste pareciera retar a quienes cuestionan su género, que es la banda, asintiendo que no se los imagina embriagándose escuchando música clásica como la de Mozart. A lo que Spidercholo revira, primero, acertándole un adjetivo peyorativo al considerarlo un “pendejo” y además diciéndole que él no sabe nada sobre Mozart (es decir, lo percibe como un inculto) y que, por tanto, deje de estar “chingando” (expresión peyorativa que indica hartazgo por alguna persona o situación). Finalmente lo remata con otros adjetivos al llamarlo “pinche naco y agropecuario”, lo cual hace referencia a las personas del campo, que se dedican a la ganadería o la agricultura y que presuntamente no entienden de música clásica.

-Distinción por acceso a espacios sociales

Dentro de esta categoría concentramos los memes y comentarios que dividen y distinguen los espacios sociales de acuerdo con los recursos con que cuentan las personas para asistir a ellos con el fin de divertirse, trabajar, entrenar, alimentarse o pasar ratos de ocio. La correlación con respecto a quiénes pueden ir a qué lugar, se basa en distintas consideraciones que van desde lo económico hasta lo estético.

Meme publicado el 16 de marzo: experiencias y lugares de gente pobre



El Gym del Zac se parece al municipal y tu andas de mamon en el que te cobran media quincena



En el primer meme podemos observar a Spidercholo con una “pose” que nos indica la transmisión de un comentario u opinión. En este caso, el “texto” que acompaña la imagen hace alusión a la experiencia de alguien que ha viajado por transporte público y trata de resaltar un factor positivo del mismo. Esto es relevante, sobre todo porque en la mayoría de las veces, cuando alguien da su opinión con respecto a dicha experiencia, se suelen destacar sus aspectos negativos, apelando a lo riesgoso, peligroso y frustrante que suele resultar. Pero Spidercholo, de acuerdo con la estructura “sintáctica” del mensaje, establece una analogía que le permite destacar el lado positivo del transporte público. Para él, el hecho de que no tenemos que manejar la unidad de transporte, nos otorga un rango de libertad que carecemos de la que carecemos conduciendo nuestro propio vehículo: la ventaja de ser pobres, estriba en el hecho de no tener que conducir y poder aprovechar el hecho de que otro conduce para dormir mientras viajamos. Situación que nos equipara a la de los ricos, quienes tienen a su servicio un chofer.

En el caso del segundo meme, su significado se encuentra envuelto en distintas capas. En primera instancia, en la imagen vemos a un hombre con un par de mancuernas, ejercitándose en un gimnasio. La fotografía alude al actor juvenil estadounidense Zac Efron. Como segunda capa de referencia, tenemos el “texto” en la parte superior de la imagen, que se estructura sintácticamente en dos premisas. La primera alude a un señalamiento del lugar, que es el gimnasio. El cual es percibido como un lugar rústico, parecido a cualquier gimnasio de alguna localidad o “municipalidad”. En ese sentido el primer significado intenta mostrarnos una incongruencia, dado que, al tratarse de un actor rico y famoso, dichas etiquetas no se ven coherentes y en continuidad con la imagen del gimnasio al que asiste, puesto que se parece a cualquier otro gimnasio “municipal”. Luego tenemos la segunda premisa del texto, el cual se torna una crítica hacia aquellos que gustan de “andar de mamones” -expresión popular que indica presuntuosidad o aparentar algo que no eres- que ni son famosos, ni ricos, y ostentan en sus imágenes la pretenciosidad de asistir a un gimnasio caro. En última instancia, el meme nos invita a una moraleja, que es la de no pretender mostrarnos como alguien que no somos.

-Distinción por consumo de diversos objetos

En esta categoría reunimos aquellos memes y comentarios en los cuales se establecen distinciones relacionadas con el consumo de diversos objetos. Dichos objetos, que abarcan

desde automóviles, celulares, marcas de ropa y hasta alimentos y bebidas, son jerarquizados y clasificados entre lujosos y modestos, mientras que las personas que los poseen y aquellas que carecen de ellos son clasificadas y etiquetadas como ricas y pobres o entre juniors y jodidos.

Meme publicado el 11 de junio: consumos ostentosos

Países donde compran una botella de buchanan's entre 10 y se sienten ricos y poderosos:



Spider-Cholo

13 de septiembre de 2019 · 🌐

La palabra "HUAWEI" proviene del chino y significa "no tengo dinero para comprar un iPhone".



1 mil

184 comentarios 232 veces compartida



Spider-Cholo

10 de enero de 2019 · 🌐

Mi tesla y yo nos reimos de ustedes y sus tsurus



138

8 comentarios 34 veces compartida



Me gusta



Comentar



Compartir



Más relevantes ▾



Escribe un comentario...



Vic'tor Gamos Eres mamo hijo de tu puta madre 🤡

Me gusta · Responder · 1 a



San Pedro Romo Como haz triunfando en la vida jajaja

Me gusta · Responder · 1 a

En estos memes se intenta disparar, mediante cortas palabras, la ironía que existe alrededor del consumo de distintos objetos, tales como un celular, ciertas marcas de automóviles y bebidas alcohólicas. Para el caso de los dos memes donde sólo se emplean textos, la estrategia sintáctica se apoya en hacer contrastes y comparaciones que se vinculan con la diferencia socioeconómica que existe entre los ricos y los pobres. Por ejemplo, en uno se lee: “La palabra HUAWEI proviene del chino y significa no tengo dinero para comprar un iPhone”. La asociación que se establece consiste en comparar a las dos empresas multinacionales de telefonías más grandes en la actualidad, como es Huawei de origen china y iPhone de origen norteamericana. Sin embargo, la comicidad se envuelve dentro de una consideración socioeconómica. debido a que la marca Huawei tiende a producir distintos modelos de celulares a un precio bastante accesible, mientras que los teléfonos y en general las tecnologías de la marca iPhone producen aparatos tecnológicos de mayor precio en el mercado. Por ello, lo gracioso del meme es lo inalcanzable que resulta poder adquirir un iPhone, con lo cual, quien tiene un Huawei les indica a los demás que es pobre.

El texto que compone al segundo meme intenta establecer otra diferenciación con relación a las posibilidades de acceso a ciertos consumos. En este caso se lee: “Mi tesla y yo nos reímos de ustedes y sus tsurus”. Conforme a la sintaxis del texto, está enunciado en primera persona del singular, de modo que es supuestamente Spidercholo el que nos habla. Por ello, inicia enunciando su propiedad y su posición “Mis tesla y yo”. En la siguiente parte de la oración se dirige a nosotros(a) sus seguidores y nuestras cosas: “ustedes y sus sturus”. Ahora bien, el mensaje del meme intenta establecer una jerarquía a partir de la diferenciación que se establece entre dos marcas de automóviles. Tesla Inc, es una empresa estadounidense productora de autos deportivos con energía eléctrica y con tecnología inteligente integrada. Tsuru es la marca de un automóvil de bajo costo producido por la empresa japonesa Nissan y que, además, en México cobró gran notoriedad dado que es el vehículo predilecto de las agencias de taxis. Por ese trasfondo, lo cómico del meme se resguarda en la pululación ostentosa de parte de Spidercholo al diferenciarse del resto de la comunidad a partir de su lujoso automóvil que resulta difícil de adquirir para la mayoría de sus seguidores.

Con relación al tercer meme observamos dos principales elementos sígnicos que resguardan el sentido del chiste. En primer lugar, tenemos un mapamundi en el que México sobresale

sombreado de color negro. Sin embargo, la connotación del mensaje se resguarda en el texto, en donde leemos: “Países donde compran una botella de buchanan’s entre 10 y se sienten ricos y poderosos”. La asociación del mensaje ocurre cuando captamos que el texto pareciera revelarnos una respuesta a la pregunta sobre el país donde se compra la botella, a lo que el mapamundi señala que se trata de México, debido a que es único país que sobresale por su sombreado. Por otro lado, la continuación del texto con respecto a que los 10 que cooperaron por esa botella se sienten “ricos y poderosos”, deviene del hecho de que Buchanans es una marca de whisky de origen escoses, con un alto valor en el mercado de bebidas alcohólicas. Asimismo, dicha bebida a estado asociada a los consumos de gente relacionada con el narcotráfico, como son el Chapo Guzmán o el cantante de narco corridos Chalino Sánchez (El mundo, 2016). Lo cual ha significado que la marca otorga status, riqueza y poder a quienes lo consumen. En ese sentido, la ironía del chiste se postra en la incoherencia entre el hecho de que las 10 personas juntas apenas alcanzaron suficiente dinero para comprar una botella de Buchanans y presumen de poder y dinero, situación que supuestamente sólo ocurre en México.

### 5.3.- Interpretación sociocultural de los memes a la luz de los resultados

Entender no significa justificar. Se puede entender sin justificar y se puede justificar sin entender. La justificación es un fenómeno de índole moral, la comprensión, de índole gnoseológica.

A. Zinoviev

Los memes de internet poseen un sentido más profundo que el mero entretenimiento o la simple provocación de una sonrisa. Como señalan Pérez *et al.* (2014), “más allá de bromas o imágenes graciosas, se trata de signos en torno a los cuales se construyen sentidos, que dan lugar a comunidades que se relacionan entre sí con base en dichos referentes y funciones expresivas comunes (pp. 87-88).” En ese sentido, y de acuerdo con el material empírico presentado, señalaremos algunas de las interpretaciones que se desprenden luego de nuestra inmersión dentro de la comunidad de Spidercholo y los hallazgos identificados.

Expresiones estereotipadas del machismo en los memes de Spidercholo

Nuestra inmersión netnográfica por la comunidad evidenció que en los memes alusivos al género, en donde se revelan vivencias relacionadas con la vida cotidiana de un mexicano común, identificamos cuatro regularidades temáticas como son la misoginia, la virilidad, el control de la sexualidad femenina y la cosificación del cuerpo femenino. Al tomar en conjunto esas cuatro regularidades podemos considerar que desde los memes de Spidercholo, que funcionan como el elemento mediador que detona la interacción sociodigital entre sus seguidores por Facebook, se difunden imágenes estereotipadas del machismo.

Desde estos memes se representan las actitudes y cualidades que conforman a un hombre-macho, en el que sólo valen aspectos como la heterosexualidad (que sólo considera como normal y natural la relación afectiva entre hombres y mujeres), el control y dominación del ámbito público por parte de los hombres, la renuncia de actividades consideradas femeninas (llorar, vestirse de color rosa, realizar labores domésticas), la homosocialidad como enclave de aprobación entre los propios hombres de las actitudes machistas, la homofobia, la agresividad, la virilidad y la tendencia a cosificar el cuerpo femenino, reduciéndolas como personas hacia sus atributos sexuales y belleza física (Connell, 2019; Gutiérrez, 2015).

El machismo [...] es uno de los fundamentos de la cultura patriarcal [...] Se trata del complejo machista conformado por la posesión, uso y ostentación en la competencia

con otros hombres, de: machos-viejas-pistolas-dinero-alcohol=poder. [...] El hombre mexicano simbólico e imaginario tiene muchos güevos, es siempre macho, aunque lo conquisten, o porque lo conquistaron. En cambio, los hombres mexicanos se debaten en la ambivalencia del miedo y la debilidad frente al estereotipo que les exige ser el más entre los más, la bravuconería, la inmutabilidad ante los sentimientos y ante el dolor [...] Ser macho implica ser fuerte, valiente, rencoroso, conquistador, autoritario, a la vez que irresponsable y negligente, basado en formas de poder absoluto y arbitrario emanadas del patriarcado articulado con otras formas de políticas autoritarias (Lagarde, 2015, pp. 419-420)

Por medio del reduccionismo que implica todo meme, los rasgos de esta ideología machista toman cuerpo en las imágenes de Spidercholo bajo la forma de estereotipos sexuales. En su acepción más común, los estereotipos sexuales “reflejan las creencias populares sobre las actividades, los roles, rasgos, características o atributos que caracterizan y distinguen a las mujeres de los hombres. De esta forma son las imágenes culturales que se asignan a los sexos” (INMUJERES, 2007, p.62). Conforme a esta definición es posible comprender que varios de los memes que Spidercholo difundió hacia sus seguidores, son ideas estereotipadas sobre el machismo. Por ejemplo, en el meme relacionado con el secuestro de Karen logramos traslucir en los comentarios y en las intenciones enunciativas de Spidercholo varias actitudes misóginas. Al centrarse en el contraste físico del antes y después de su presunta desaparición se registró una gran cantidad de comentarios sardones cargados de odio y aberración contra su aspecto físico. Por otra parte, en el meme que titulamos “soldado caído, condecorando la infidelidad” visualizamos cómo entre Spidercholo y sus seguidores se construyó una homosociabilidad a partir de la infidelidad como punto de reconocimiento entre los pares. Lo cual se vincula con la virilidad como un rasgo de aquel macho que se exalta y enorgullece de haber sobrevivido a un atentado con cuchillo, ejecutado por su amante.

Otra alusión a la virilidad como rasgo del machismo mexicano ocurrió en el meme que titulamos “Venomás ese riatón”. A través de dicho meme se trasluce la intención de enaltecer el miembro masculino. Empleando adjetivos aumentativos para referirse al miembro viril, el chiste transmite a los seguidores sentimientos de orgullo por poseer un pene grueso y de gran tamaño, derivado de la lógica machista estereotipada que equipara el nivel de hombría de un hombre por el tamaño de su pene. En consecuencia, la emisión de estereotipos machistas a través de los memes de Spidercholo, hacen que se conserven y difundan ideas tradicionales sobre las actitudes, comportamientos, y roles de género que caracterizarían a hombres y

mujeres, lo que conlleva al reforzamiento de concepciones subjetivas amparadas en nociones misóginas y sexistas dentro del imaginario social mexicano.

Otra de las características que permea la construcción de los memes de Spidercholo es el humor. Mediante el humor empleado en la serie de imágenes, palabras, temáticas y situaciones vivenciales que se exhiben en los memes de Spidercholo, alusivos al género, se revelan las tensiones y desigualdades de género que envuelven la convivencia entre hombres y mujeres. Y es que, como señala Burke (2000, p. 108) “La comicidad también puede analizarse en términos de agresión desplazada o sublimada: lucha de clases, étnica o entre los sexos con otros medios.” Por ello, siguiendo este planteamiento, las tensiones manifestadas entre los géneros en el plano *offline* se trasladadas al plano *online*, tal y como dan cuenta los memes de Spidercholo. El hecho de que haya sido una de las temáticas con mayor recurrencia en la comunidad durante el año 2019, se comprende mejor si se toma como un reflejo claro de las dificultades, negaciones y hasta resistencias que ha supuesto la crítica de los movimientos feministas sobre la desigualdad entre hombres y mujeres, así como sus demandas y exigencias de un cambio hacia una mayor simetría en este aspecto. Por tanto, coincidimos con Doncel (2016) cuando nos indica que el humor que envuelve a los memes:

Puede mostrar, mediante la distancia de lo cómico, malestares estructurales [...] Mediante la ridiculización y la exageración se invierten los dispositivos de tensión y conflicto y, mediante el divertimento, se expresan los sin sabores de las asimetrías, en este caso de género [...] Muchos estímulos cómicos, lejos de la neutralidad, inducen a una interpretación tendenciosa que nos señalan que la risa también está mediada por la estructura social, y, por tanto, está atravesada por el poder (pp. 34- 43).

Básicamente, de acuerdo con las cuatro temáticas detectadas alusivas al género, el recurrente protagonismo de las mujeres en los chistes de Spidercholo se debe al intento de normalizar, mediante el humor, la posición de descrédito, subordinación, control, cosificación sexual y humillación que ocupan las mujeres en ciertos momentos y situaciones de la vida social mexicana. Por ejemplo, en los memes de los casos relacionados con el control de la sexualidad femenina, fue notorio que Spidercholo y sus seguidores cuestionaran el libre ejercicio de su sexualidad. Para ello emplearon adjetivos peyorativos como “mis culo alegre” o hasta “putas”, que coadyuvaban a la difusión de su denigración. Misma situación ocurrió en el caso de la temática sobre la cosificación del cuerpo femenino, en el que los memes

promovían destacar de forma grotesca y sexual las zonas erógenas del cuerpo femenino, por medio de expresiones populares alusivas a sus “chichotas” y “nalgotas”. Mediante la trama humorística que envuelve a estos memes se les dota de una armadura narrativa que funciona como impermeable contra cualquier cuestionamiento, en vista de que, como señala Berger (1999), lo cómico es la antítesis de las cuestiones serias. Por consiguiente, nada de lo que se manifiesta en los memes de Spidercholo debería hacer enojar a las mujeres o a cualquier otra persona, dado que se trata de un simple chiste.

Esta percepción antitética se manifiesta por lo general cuando la gente intenta quitar hierro a un comentario jocoso que podría resultar ofensivo, cuando han llevado “demasiado lejos” la broma. La fórmula convencional que se emplea es declarar: “¡pero sólo era una broma!” En otras palabras: “¡no deben tomárselo en serio!” Y se espera que las personas a quienes va dirigida esta explicación –o sea, las que han sido objeto de la broma- reconozcan que no había ánimo de ofender y que no se han molestado. (Berger, 1999, p.30-31)

Conforme a esta argumentación, podemos considerar que, al darle seguimiento sistemático al humor empleado en la construcción de los memes de Spidercholo relacionados con cuestiones del género desde un entorno *online*, se refuerzan estructuras subjetivas que tienden a mostrar y representar la discriminación, humillación, subordinación y sexualización de que son objeto las mujeres en la sociedad mexicana, anclada en sus amplios sectores sociales en la ideología machista, misógina y conservadora.

La dimensión cultural de la desigualdad desde los memes de Spidercholo

Los memes que integraron la segunda temática, la que aludían a la clase, revelaron con mayor ahínco esa forma de percibir y significar la realidad social que se apoya en un marco que dicotomiza y jerarquiza a la sociedad en la cultura de las clases altas y las clases bajas. Bajo esta perspectiva se tiende a clasificar objetos, personas, acciones y lugares en términos oposicionales que van de lo positivo a lo negativo. En donde las cualidades positivas como la racionalidad, la lectura, la escritura, lo culto, lo lujoso, elegante y bello se asocian y refieren a las clases altas, mientras que todas las cualidades negativas y perniciosas como la ignorancia, lo vulgar, lo profano, lo oral, ridículo, ingenuo, presuntuoso, asqueroso, sensitivo, burdo y feo hacen parte de las cualidades de las clases populares (Storey, 2002).

En última instancia, el conjunto de memes que integraron la categoría de la clase revelan la representación cultural de la estructura relacional existente entre dominantes y dominados

como parte del campo social (Bourdieu, 2002a). Una sociedad como la mexicana, que se constituye sobre una estructura social estratificada, desigual y opulenta, tiene repercusiones en la estructuración de las diferentes manifestaciones culturales que se crean en su interior, lo que lleva a considerar que manifestaciones como la música, el cine y ahora los propios memes, son creados para las clases altas o las bajas, debido a que “por medio de símbolos, las sociedades establecen límites que definen grupos. El hecho de ordenar, agrupar y separar objetos, animales, plantas, personas e instituciones marca diferencias, límites y fronteras entre ellos, define jerarquías, incluye o excluye” (Reygadas, 2020, p.202). Actualmente, en el caso de los memes esta distinción ocurre debido a que son los mediadores de la comunicación sociodigital que se lleva a cabo en el ciberespacio y, por tanto, como bien apunta Pérez (2017, p.101), a través de los productos comunicativos “no sólo están presentes las intenciones manifiestas de quienes construyen una enunciación, sino también las estructuras culturales subyacentes al contexto de producción.”

El conjunto de oposiciones estructurales que organiza los juicios y las percepciones en las sociedades jerarquizadas -alto/bajo, sagrado/profano, noble/vulgar, superior/inferior, raro/común, signifiante/insignifiante, lindo/feo- forma una matriz simbólica que se apoya en una oposición dominante/dominado (Lahire, 2016, p.75).

La distinción que operó sobre la serie de memes que integraron esta temática se apoyó en la noción de clase que, siguiendo a Saraví (2015), se traduce en las diferencias de ingresos económicos y representa la forma más explícita de la desigualdad social. Dicho factor fue claro en las tres principales regularidades que identificamos y que fueron la distinción por razones de gustos musicales, la distinción por el acceso a espacios sociales y la distinción por consumo de diversos objetos/artículos. A través de esos memes se volvió objetiva la dimensión cultural de la desigualdad al momento de revelarnos “formas de actuar y de hablar, percepciones sobre los otros y uno mismo, estigmas y estilos de vida, preferencias, expectativas y prácticas cotidianas” (Saraví, 2015, p.41).

Aunque el fenómeno de la distinción es patente en los tres ámbitos señalados, los propósitos y las intenciones de sus respectivos mensajes no siempre iban en el mismo sentido. Es decir, en algunos casos se buscó denigrar, discriminar y dividir ciertas expresiones, vivencias y gustos conforme a la clase, mientras que en otros memes se buscaba aleccionar moralmente a los seguidores sobre ciertas actitudes, así como también se resaltaban aspectos supuestamente positivos de la pobreza.

Así, por ejemplo, la distinción por razones denigrantes, discriminatorias y divisorias ocurrió en los memes que presentamos sobre la distinción por gustos musicales. En estos memes se desprecia a la música popular como los narcocorridos y la música de banda y, evidentemente, a quienes la consumen, cuando para hablar de ellos dentro de los diálogos de Spidercholo son empleados en un tono peyorativo, adjetivos discriminatorios como “naco”, “culera”, o “agropecuario”. Mientras, que se enaltecen otras manifestaciones musicales como el rock o la música clásica. Este fenómeno nos indica uno de los rasgos que caracteriza la identidad de la comunidad de Spidercholo, basada en la creación de memes a partir de prejuicios estereotipados. Los memes de distinción por gustos musicales se construyen sobre la base de estereotipos y prejuicios negativos hacia formas musicales de carácter popular, como los narcocorridos y la música de banda, por considerarlas prejuiciosamente como consumos para gente “naca”, que se dedican al campo, o al ámbito agropecuario. En otras palabras, para la gente con bajo nivel educativo y económico.

Las expresiones de discriminación cultural surgen de una postura etnocentrista, que señala y critica aquello que le es ajeno y que es además de alguna manera percibido como inferior [...] este alter puede ser frecuentemente señalado como indeseable, a partir de estereotipos que forman parte del tejido cultural que atraviesa la sociedad contemporánea. (Pérez, 2017, p. 116)

De igual forma, en los memes que encontramos en la categoría de consumos ostentosos es patente la predilección por ciertos objetos que demarcan simbólicamente la adscripción a una clase. Por ejemplo, en el meme donde Spidercholo habla sobre su “Tesla”, se ejerce una demarcación con la que se separa del resto que posee un “Tsuru”. Asimismo, en el meme donde Spidercholo se mofa de aquellos que, al no tener el poder adquisitivo para comprarse un “Iphone”, deben conformarse con un “Huawei”, encontramos este mismo mecanismo de distinción a partir de los símbolos.

En contraste con el humor empleado en los memes alusivos al género, donde el mismo fungía como una suerte de protección ante la mofa por la subordinación que experimentan las mujeres, en el caso de los memes sobre la distinción asume una función totalmente distinta. En algunos casos el humor fue empleado con la intención de cuestionar las actitudes morales de los individuos en su vida cotidiana. Es decir, desde los chistes de Spidercholo se vislumbra una amonestación aleccionadora dirigida hacia sus seguidores. Sobre todo cuando los memes adquieren la forma de moralejas, se revela la pretensión de Spidercholo

por transmitir una enseñanza moral.

Un ejemplo del propósito de transmitir una enseñanza moral a través de los memes podemos ubicarlo en el caso que presentamos con relación a la distinción por acceso a espacios sociales, en el meme titulado “experiencias y lugares de gente pobre”. En este meme, Spiderholo nos muestra el gimnasio al que asiste el actor Zac Efron, quien presuntamente pertenece a las clases altas, es millonario y sin embargo, al parecer no asiste a un gimnasio deslumbrante visualmente, con lo cual Spidercholo intenta emitir una crítica a quienes viven de las apariencias y como tales les gusta aparentar como si fueran ricos. Según las palabras de Spidercholo, los que “andan de mamones”, presumiendo sus fotos en gimnasios caros, en los cuales se “gastan media quincena” deberían de aprender de la humildad de “Zac”, en vista de que él, aun siendo rico y famoso, no presume, ni ostenta su posición de clase. Lo que se deduce de esta lección o moraleja de parte de Spidercholo es que más vale asumir la posición de clase a la que se pertenece y no pretender actuar como un fantoche, proyectando un estilo de vida que no se tiene.

Dentro de esta misma categoría, pero en el caso del meme donde Spidercholo nos habla de la “parte buena” de viajar en transporte público, el mensaje que se emite intenta reconfortar a sus seguidores pobres. Siguiendo a Barbero (1991), de una forma humorística, el mensaje pretende ser una suerte de revancha contra la realidad que condiciona a los pobres a una vida de subordinación. La lógica del chiste invierte el sentido negativo que por antonomasia se percibe al viajar en transporte público y, en su lugar, se equipara a quienes lo utilizan con los ricos, mediante la concientización de que, tanto unos como otros, disponemos de un chofer y, por consiguiente, debemos aprovecharlo y dormirnos. “Las clases populares se vengán, a su manera, de la abstracción impuesta por la mercantilización de la vida y de los sueños” (Barbero, 1983, p. 12).

En este punto se hace notorio como los memes de Spidercholo pueden vincularse con una de las tantas maneras históricas y tradicionales en la que las culturas populares tienden a transmitir sus enseñanzas y lecciones morales. Alejadas de las formas intelectuales que se adoptan para presentar sistemas éticos desde obras literarias o densos manuales filosóficos, las culturas populares realizan recreaciones concretas, y no abstractas, para poner en escena sus sistemas morales. Como en el caso de los memes de Spidercholo, buscan aleccionar a

los seguidores para que puedan discernir entre lo bueno y lo malo, las conductas que deben evitar y los errores que deben expiar.

La realidad está cargada de símbolos e imágenes que los sujetos incorporan en su cotidianidad como conciencia y habitus. Las celebraciones religiosas, los rituales en las misas, las procesiones, velorios y fiestas, las ejecuciones públicas, las corridas de toros, las peleas de gallos, las funciones de títeres, etcétera, adquieren un sentido aleccionador, ya que a través de ellos los sujetos interiorizan los valores y prohibiciones y, de este modo, significan el mundo exterior. (Hernández, 2001, P. 192)

## Reflexiones finales

La estrategia metodológica que hemos desarrollado para sumergirnos en los memes que se generaron y compartieron desde la comunidad de Spidercholo en Facebook en el 2019, nos permitió captar la estructura de significados que subyacen en sus patrones. Ahora toca puntualizar algunas reflexiones que nos parecen pertinentes para cerrar este proceso.

Conforme a la concatenación de los cinco capítulos que constituyen este manuscrito, hemos podido responder nuestra pregunta general de investigación, que se encontraba relacionada con llegar a saber: ¿Cuáles son los significados connotados que se configuraron alrededor de los patrones de interacción sociodigital generados entre los memes que publicó la página Spidercholo y los comentarios de sus seguidores desde Facebook en el año 2019? A saber, identificamos dos principales connotaciones de significado, una alusiva a la emisión de estereotipos de género -machistas en concreto- y otro que evidenciaba la dimensión cultural de la desigualdad de clase en México.

En el caso de los memes y comentarios relacionados con los estereotipos machistas, logramos revelar que estos se condensaron alrededor de cuatro tópicos: la misoginia, la virilidad, el control de la sexualidad femenina y la cosificación del cuerpo femenino. Asimismo, en el caso de los memes y comentarios relacionados con la clase, vimos que se condensaron en tres principales regularidades temáticas: la distinción por razones de gustos musicales, la distinción por el acceso a espacios sociales y la distinción por consumo de diversos objetos/artículos. En este grupo de memes se denotaron imágenes con connotaciones alusivas a las diferencias económicas entre las clases, que en última instancia evidenciaban la dimensión cultural de la desigualdad en términos de clase en México.

El humor empleado en los memes de Spidercholo resultó una cualidad importante en términos socioculturales. A través de los chistes de Spidercholo se evidenció una intención más profunda que la mera superficialidad de generar risas. En las imágenes que se ocuparon para los memes alusivos al género y la clase se traslució el tipo de personas, situaciones y palabras que fueron objeto de risa para la comunidad. Han sido las mujeres, los pobres, las vivencias de las clases bajas, la música popular y las palabras altisonantes, el conjunto de elementos predilectos de la comunidad para la generación del humor. Por lo tanto, nuestra investigación sobre los memes de Spidercholo se encuentra en completa sintonía con lo que

hallamos en nuestro estado del arte, en relación a lo señalado por otros autores en cuanto a que el humor que caracteriza a los memes de Internet funciona como un medio que hace posible transmitir malestares, prejuicios, ideas y ahora estereotipos que van más allá de la mera generación de risas. Lo que transforma a los memes en una importante ventana desde la cual observar problemas y fenómenos sociales.

Pasando a la reflexión sobre el empleo del método netnográfico, cabe mencionar algunas de las ventajas y limitaciones que implicó su uso en nuestra investigación. Para empezar, al igual que en una clásica investigación etnográfica, el tiempo de permanencia e involucramiento con los sujetos de interés investigativo, con el fin de comprender sus códigos, es igual de importante en la incursión netnográfica por el ciberespacio y las comunidades virtuales. Resulta sustancial destacarlo en vista de que, para lograr comprender la dinámica de la comunidad de Spidercholo, destinamos bastantes días a nuestras incursiones por la página. Por ejemplo, para la captura y almacenamiento de los memes y comentarios tardamos alrededor de unos cuatro meses. Posteriormente, empleamos unos siete meses a la identificación de las referencias iconográficas a las que aludían los chistes y la comprensión de los términos y juegos que se utilizaban al interior de la comunidad.<sup>28</sup> Es decir, la comprensión del funcionamiento de la comunidad nos llevó casi un año. De manera que, antes que considerar al trabajo netnográfico como más fácil que el tradicional trabajo de campo etnográfico, hay que comprender que supone una labor diferente. En esta labor están implicadas una rutina y un esfuerzo de parte del netnógrafo para llegar a familiarizarse con los códigos simbólicos que comparte la comunidad virtual. Lo mismo que en el caso de un etnógrafo tradicional durante su trabajo de campo.

La ventaja del uso del método netnográfico para el estudio de las comunidades, recae en el tipo de datos que nos permite adquirir. Esta herramienta nos facilita acceder a comentarios,

---

<sup>28</sup> Entre los términos que se utilizaban y que al inicio de nuestra incursión no sabíamos su significado eran: *soldado caído*, *héroes sin capa*, *jalar el ganzo*, *link* entre otros términos que son parte de la cuarta etapa de evolución gráfica de los memes y que hemos indicado en el capítulo cuatro. Por otro lado, entre los seguidores de Spidercholo solían realizar juegos alrededor de los memes, por ejemplo, cuando se subía un meme alusivo a la virilidad en relación a algún caso que denotara homosexualidad, no comprendíamos por qué en estos memes había muchas etiquetas que hacían referencia algún conocido y ningún comentario escrito en palabras. Hasta que la propia recurrencia de dicha situación nos hizo comprender que, mediante el etiquetamiento de un amigo o conocido, los seguidores intentaban correlacionar a su conocido con el chiste homofóbico de Spidercholo. Y la manera en que respondían los etiquetados al llamado de su amigo, era no escribir nada y sólo darle “me divierte” a su comentario.

opiniones e ideas que tienen las personas sobre ciertos temas de interés sociocultural. A diferencia de otros métodos y otras técnicas, tales como las encuestas o las entrevistas que generan ciertas interferencias en las declaraciones, conductas o ideas de las personas, el método netnográfico nos ayuda a reducir dicho factor y nos facilita adentrarnos en la información conforme al desenvolvimiento natural de las personas por el ciberespacio. Tal y como ocurrió en nuestro caso, donde pudimos conocer las formas en que socializan los miembros de la comunidad de Spidercholo, de primera mano, sin llegar a interferir en sus opiniones.

En cuanto a las limitaciones que son inherentes a cualquier método de investigación, en el caso de la netnografía destaca la imposibilidad que como investigadores tenemos de poseer algún control sobre la comunidad de estudio. Es decir, en comparación con métodos y técnicas como las entrevistas, las encuestas o las historias de vida, en el que el investigador prefigura un tema concreto alrededor del cual espera respuestas de parte del entrevistado, el método netnográfico carece de tal direccionalidad de sus colaboradores. Esto se debe a la propia cualidad de las comunidades virtuales, en relación a que, como lo señalábamos en el capítulo tres, hoy la acción social en el ciberespacio queda almacenada y registrada en las redes socioditales, esté o no presente el investigador. Motivo por el cual, la cantidad de información que se llegue a producir puede no ser del todo importante para los intereses de la investigación. De modo que al netnógrafo le espera una tarea de selección y descarte de información que sea relevante para su investigación. Por esa razón, en nuestro estudio tuvimos que destinar cerca de un año para clarificar el panorama al interior de la comunidad de Spidercholo, en la que terminamos trabajando con asuntos ligados al género y la clase, dado su alta presencia, pero en la que descartamos otros temas, como los signos zodiacales, los equipos de fútbol o las peleas callejeras por ser poco recurrentes.

Conocer lo social desde sus propias obras culturales y comprender las nuevas dinámicas socioculturales que caracterizan a la sociedad actual, son dos de las principales premisas que condujeron nuestra inmersión netnográfica por la comunidad de Spidercholo en Facebook. Reconocemos que existen variados fenómenos por medio de los cuales un investigador puede aproximarse a la sociedad digital; en este trabajo lo hicimos por medio de los memes de Internet. En nuestro caso, los memes de Spidercholo representaron ese puente en el cual nos

apoyamos para preguntarnos como cualquier otro antropólogo ante la realidad: ¿Qué es lo que pasa aquí? ¿Para qué se usa esto? Llevándonos a descubrir una serie de prácticas y funciones sociodigitales de lo más interesantes y pertinentes.

Finalmente, como lo señalábamos en el capítulo dos, cada vez es más evidente que la cultura digital va ocupando una parte importante en la reproducción de la vida cotidiana de millones de personas. Ante el actual proceso de desterritorialización de la cultura (Rosas Mantecón, 1993) varias manifestaciones y prácticas sociales que se realizan en el ciberespacio implican a la investigación social nuevos retos teórico-metodológicos (Gómez Cruz, 2018). Nuestro estudio, por un lado, responde a dicho reto al intentar probar un método novedoso como la netnografía para adentrarnos a los significados y prácticas de socialización que hoy producen fenómenos como los memes, y por otro, incita e intenta abrir la posibilidad a que otros investigadores se animen a incursionar por las diversos fenómenos y dinámicas que ocurren en el ciberespacio.

## Bibliografía

Achadiat, R. (2013). "The representation of Americanization myths in the Internet Memes on the 9gags Comedy Website", *Passage*, Vol. 1, N° 2, pp. 45-54.

Alonso, J. (2011). Identidad digital y reputación online. *Identidad Digital y Reputación Online. Evoca. Cuadernos de comunicación*, (5), pp. 5-11.

Alsina, M. (2001). *Teoría de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. España, Serverl de Publicacions.

Ardevol, E. y Gómez Castro, E. (2017). Lo visual como objeto de estudio antropológico en la era digital. Comunicación presentada en: *Antropología, medios audiovisuales y TIC: problemas y desafíos en el mundo contemporáneo*. Buenos Aires, 28, pp. 1-11.

Atochero, A. (2013). "Ciberantropología: comprendiendo el ciberespacio desde una perspectiva humanística", *Tejuelo: Didáctica de la lengua y la literatura. Educación*, 8, pp. 145-151.

Barthes, R. (1970). *La semiología*. Argentina: Tiempo contemporáneo.

Bauman, Z. (2017). *La globalización. Consecuencias humanas*. México, Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Z. (2005). *Vida líquida*. España, Paidós.

Barbero, M. (1991). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México, G. Gili.

Barbero, M. (1983). Memoria narrativa e industria cultural. *La ricorca folclórica*, pp. 9-17.

Becerra, M. (2016). Revolución digital: una introducción. Entre la crisis de legitimidad y sostenibilidad. *Revista Mexicana de Comunicación*, 1, (139), pp. 64-69.

Berger, P. y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores, Argentina

Berger, P. (1999). *Risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona, Editorial Kairós.

- Berzosa, M. (2017). *Youtubers y otras especies. El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. España, Editorial Ariel.
- Bolívar, A. (2002). “¿De nobis ipsis silemus?”: Epistemología de la investigación biográfico-narrativa en educación. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 4 (1), pp. 1-26.
- Bonavitta, P. (2015). El amor en los tiempos de Tinder. *Cultura y representaciones sociales*, 10 (19), pp. 197-210.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires, Siglo XXI editores.
- Bourdieu, P. (2002a). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. España, Taurus.
- Bourdieu, P. (2002b). *El oficio de sociólogo. Presupuestos epistemológicos*. Argentina, Siglo XXI editores.
- Burke, P. (2005). *La cultura popular en la Europa moderna*. España, Alianza universidad.
- Burke, P. y Briggs, A. (2002). *De Gutenberg a Internet, una historia social de los medios de comunicación*. España, Taurus.
- Burke, P. (2000). *Formas de historia cultural*. España, Alianza editorial.
- Brooks, D. (6 de diciembre de 2019). Karen Espíndola: la falsa desaparición de una joven en CDMX (y qué dice su caso sobre la violencia contra la mujer en México). *BBC News Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50681301>
- Byung, C. (2014a). *La agonía de Eros*. España, Herder.
- Byung, C. (2014b). *La sociedad del cansancio*. España: Herder.
- Calveiro, P. (2012). Violencias de Estado. *La guerra antiterrorista y la guerra contra el crimen como medios de control global*. México, Siglo XXI editores, pp. 9-66.
- Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Grijalbo.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. España, Alianza Editorial.

Castell, M. (2001). *La galaxia Internet*. España, Areté.

Castell, M. (2001). Tecnología de la información y capitalismo global. En: Giddens, A. y Hutton, W., (Eds.) *En el límite. La vida en el capitalismo global*. España, Tusquets editores, pp. 81-111.

Castellanos, C. (2018). Innovación abierta: de consumidores a productores de valor, *Desacatos*, (56), pp. 50-69.

Cerrillo, O. (2016). Prácticas culturales en la era digital: un análisis del caso Ice Bucket Challenge. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 8, (13), pp. 59-67.

Connell, R. (2019). *Masculinidades*. México, CIEG.

Corona, D. (23 de mayo de 2016). Los Beverly de Peralvillo, el retrato de la familia mexicana. *Blastin New Mexico*. Recuperado de <https://mx.blastingnews.com/showbiz-y-tv/2016/05/los-beverly-de-peralvillo-el-retrato-de-la-familia-mexicana-00934317.html>

Cortazar F. (2014). Imágenes rumorales, memes y selfies: elementos comunes y significados. *Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades*, 35(77), 191-214.

Cultura Colectiva. (8 de mayo de 2019). En estas 8 colonias CDMX violencia es sinónimo de asesinatos. *Cultura Colectiva*. Recuperado de <https://news.culturacolectiva.com/mexico/las-8-colonias-mas-violentas-de-la-cdmx/>

De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano. Volumen 1. Artes de hacer*. México, Universidad Iberoamericana.

Del Fresno, M. (2011). *Netnografía. Investigación, análisis e intervención social online*. Barcelona, Editorial UOC

Doncel, E. (2016). Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, (35), pp. 21-46.

El mundo (14 de julio de 2016). Los narcos se dan al whisky. *Periódico El mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/papel/todologia/2016/07/14/57876cf7468aeb2c5c8b4672.html>

Esqueda, S. (2009). La Nueva Antropología en Internet. *Debates IESA*, 14(2), 36-40

Excélsior (17 de agosto de 2018). La verdad oculta: después de la muerte de Valentín Elizalde. *Periódico Excélsior*. Recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/funcion/la-verdad-oculta-despues-de-la-muerte-de-valentin-elizalde/1259316>

Fajardo, I. (2018). *Análisis del uso de neologismos, acrónimos, memes y emojis en la era digital* (Tesis de licenciatura). Universidad Estatal de Milagro. Ecuador.

Faura, R. (1999). La cultura local en el ciberespacio. En: *Antropología del ciberespacio*. (Comp.) Cucurella, L. Ecuador, Ediciones ABYA-YALA.

Feixa, C. y Fernández, A. (2014). Generación @ versus generación #. La juventud en la era hiperdigital. En: Amparo, B. y Figueras, M (Eds.) *Audiencias juveniles y cultura digital*. Barcelona: Bella tierra: Instituto de la comunicación, Universitat Autònoma de Barcelona.

Fernández, P. (2007). Espacio vivido y ciberespacio. En: *Filosofía y realidad virtual*. (Eds.) Moreira, et al. España: Prensas universitarias de Zaragoza.

Gabrielle K., Heidi A., Mariah S. y Ellen, T. (2017). Communicating mixed messages about religion through internet memes, *Information, Communication & Society*, 20 (10), pp.1498-1520.

García, D. (2014). Las imágenes macro y los memes de internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación. *Paakat: revista de tecnología y sociedad*, 4, (6), pp.1-6.

Garduño, A. (2017). *Los memes como creaciones de imaginarios instituyentes*. (Tesis de maestría) Universidad Autónoma del Estado de México. México.

Gebera, T. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. *Quaderns Digitals, Revista de Nuevas Tecnologías y Sociedad*, 11, (52), pp. 81-93.

Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona, Gedisa.

- Giddens, A. (2000). *Un mundo desembocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. España, Taurus.
- Giménez, G. (2017). *El retorno de las culturas populares en las ciencias sociales*. México, UNAM.
- Giménez, G. (2005). La concepción simbólica de la cultura. En: Giménez, G. (Ed), *Teoría y análisis de la cultura*. Volumen1. México, CONACULTA, pp. 67-87.
- Gómez Cruz, E. (2018). Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital. *Virtualis*, 8(16), 77-98. Recuperado de <http://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/251>
- Gómez, E. (2007). *De la cultura Kodak a la imagen en red. Una etnografía sobre fotografía digital*. Barcelona, Editorial UOC.
- González, F. (2017). *Uso de memes como mediadores de las vivencias de estudiantes universitarios*. Memorias del Congreso Nacional de Investigación Educativa (COMIE). San Luis Potosí, pp. 1-17.
- González, S. (2014). *Los memes como herramienta de comunicación en el siglo XXI*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Guber, R. (2004). *El trabajo de campo como instancia reflexiva del conocimiento*. En: *El salvaje metropolitano*. Buenos Aires, Paidós, pp. 83-97.
- Guede, J., Curiel, J., y Antonovica, A. (2017). La comunicación viral a través de los medios sociales: análisis de sus antecedentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), pp. 69-86.
- Gutiérrez, A. (2015). *Etnografía móvil, internet y diversidad de género*. Boletín Colegio de Etnólogos y Antropólogos Sociales A.C, pp. 23- 27.
- Gutiérrez, J. (2015). Códigos de masculinidad hegemónica en educación. *Revista Iberoamericana de Educación*, 68, pp. 79-98.
- Gutiérrez, E. (2012). La época de la imagen del mundo versión 2.0, *Virtualis*, (6), pp. 25-34.

Heredia, C. (2011). *Antropología de los mundos virtuales. Avatares, comunidades y piratas digitales*. Ecuador, Abya-Yala.

Hernández, D., Ortiz, G., y Nájera, O. (2019). *Futuros digitales: exploraciones socioculturales de las TIC*. México, Juan Pablo Editor.

Hernández, J. (2014). Las peripecias de la imagen: los memes, la digitalización y las portadas, En: Alfaro, H. y Pérez, C. (Coords.) *El giro visual en bibliotecología: intersecciones de la información, la imagen y el conocimiento*, México: UNAM, pp. 37-50.

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.

Hirai, S. (2012), “¡Sigue emociones y significados!: la etnografía multisituada y el estudio de la migración transnacional”, En: Ariza, M. y Velasco, L. (coords.), *Métodos cualitativos y migración internacional*, México, IISUNAM/ El Colegio de la Frontera Norte, pp. 81-111.

*Índice político*. (11 de marzo 2019). Mujer apuñala a novio en motel de Iguala, Guerrero; luego le pide perdón. *Periódico Índice político*, Recuperado de <https://indicepolitico.com/mujer-apunala-a-novio-en-motel-de-iguala-guerrero-luego-le-pide-perdon/>

Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) (2007). *Glosario del género*. México.

Jurgenson, J. (2003). *Como hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología*. México, Paidós.

Katz, Y., y Shifman, L. (2017). Making sense? The structure and meanings of digital memetic nonsense. *Information, Communication & Society*, 20(6), pp. 825-842.

Knobel, M., y Lankshear, C. (2005). Memes and affinities: Cultural replication and literacy education. *Annual NRC*, 30, pp. 1-22.

Kozinets, R. (2006). “Click to Connect: Netnography and Tribal Advertising”, *Journal of Advertising Research*, 46, (3), pp. 279-288.

Lagarde, M. (2015). *Los cautiverios de las mujeres. Madresposas, monjas, putas, presas y locas*. Siglo XXI editores. México.

Lahire, B. (2016). *En defensa de la sociología. Contra el mito de que los sociólogos son unos charlatanes, justifican a los delincuentes y distorsionan la realidad*. Buenos Aires, Siglo XXI editores.

Lawrence, E., y Ringrose, J. (2018). @ Notofeminism, # Feministsareugly, and Misandry Memes: How Social Media Feminist Humor is Calling out Antifeminism. In *Emergent Feminisms*, pp. 211-232.

Lazcano, L. (13 de julio de 2019). Tonayán: la bebida alcohólica más barata de México. *El Sol de Toluca*. Recuperado de <https://www.elsoldetoluca.com.mx/doble-via/virales/tonayan-la-bebida-alcoholica-mas-barata-de-mexico-3894794.html>

Leitao, D. y Gomes, L. (2017). Etnografía en ambientes digitales: deambulaciones, acompañamientos e inmersiones. *Revista Antropológica*, 42, (1), pp. 41-65.

Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna Respuesta a una sociedad desorientada*. España, Anagrama.

López, G. (Ed.) (2005). *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia, Servei de Publicacions de la Universitat de València.

Maldonado, M. (8 de mayo de 2020). Facebook y sus 61 millones de usuarios en México. *El Financiero*. Recuperado de <https://www.elfinanciero.com.mx/blogs/historias-de-negoceos/facebook-y-sus-61-millones-de-usuarios-en-mexico.html>

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. España, Paidós.

Mateos, P. y Durand, J. (2014). ¿Residencia y ancestros? Estrategias de acceso a la nacionalidad Española en un foro virtual en internet. En: *El valor de la etnografía para el diseño de productos y servicios y políticas TIC*. Colección de memorias de seminarios. (Coord.) Matuz, R. (3), 39-56.

Mayans, J. (2002). *Conceptos y términos para el análisis socioantropológico*. Primer congreso Online del observatorio para la cibercultura. Cultura y política. Universitat de Barcelona.

Menéndez L. (2013). *Nuevos enfoques metodológicos de investigación: Netnografía, una aplicación al mercado del cine*. Proyecto final de máster en administración y dirección de empresas. Universidad de Oviedo. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10651/15153>.

Micó, J. (2011). Convergencia en la producción de entretenimiento. La alianza narrativa entre la televisión, internet y los dispositivos móviles. En: Marzal F., Martín, M., y Soler, M. (Eds.), *Actas IV Congreso Internacional sobre análisis fílmico. Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea*. Madrid, Ediciones de las ciencias sociales, pp. 1-8.

Millan, M. (2016). Sociedad del conocimiento y capitalismo cibernético. Introversiones sobre la cibernética como ciencia del control. *Revista Mexicana de Comunicación*, 1, (139), pp. 7-14.

Montelongo, J. (26 de septiembre de 2016). El morro de la Peralvillo detrás de Spidercholo. *Máspormás*. Recuperado de <https://www.maspormas.com/ciudad/morro-la-peralvillo-detras-spidercholo/>

Moreno, A. (2018). *Capital cultural en la producción y consumo de memes*. (Tesina de maestría). Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. México.

Moreno, A. (2017). *Repetición, copias y mezclas. Estudios del performance como herramienta teórica para el estudio de memes de internet*. (Tesina de maestría). Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. México.

McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Sage publication.

Ortega, E., y Caloca, E. (2017). Los métodos digitales: miradas cercanas y distantes. Una discusión relevante. *Virtualis*, 7 (14), pp. 7-13. Recuperado de <http://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/185/180>

Orozco, A. (2018). *Generación automática de memes de Internet a través de una red neuronal profunda*. (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional Autónoma de México. México.

Pearce, C. (2009). *Communities of play: emergent cultures in multiplayer games and virtual worlds*. MIT.

Pérez, G (2020). El meme en internet. *Virtualis* 11 (21), pp. i-vii.

Pérez, G. (2017). *El meme en internet. Identidad y usos sociales*. México, Editorial fontamara.

Pérez, G., Aguilar, A., y Guillermo, M. (2014). El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27 (75), pp. 79-100

Pestarino, J. y Winckler, G. (2018). Memes políticos: apropiabilidad digital en la Web 2.0. *Artefacto visual*, 3, (4), pp. 24-37.

Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. y Tacchi, J. (2016). *Etnografía digital. Principios y práctica*. España, Ediciones Morata.

Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las maquinas inteligentes*. Buenos Aires, Paidós.

Procházka, O. (2014). Internet Memes—A New Literacy? *Ostrava Journal of English Philology*, 6 (1), pp.53-74.

Quino, A. (2014). *Memética en la era digital y uso del humor en el contexto electoral mexicano*. (Tesis de licenciatura). Universidad Autónoma de Querétaro. México.

Rentschler, C. y Thrift, S. (2015). Doing feminism in the network: Networked laughter and the „Binders Full of Women“ meme. *Feminist Theory*, 16 (3), pp.329-359.

Reygadas, L. (2020). La construcción simbólica de las desigualdades. En: Jelin, E.(Ed), *Repensar las desigualdades: Cómo se producen y entrelazan las asimetrías globales (y qué hace la gente con eso)*. Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

Ribeiro, L. (2018). El precio de la palabra: la hegemonía del capitalismo electrónico-informático y el googleísmo. *Desacatos*, (56), pp. 16-33.

Rodríguez, M. (2013). “Intercambios a través de la red: yo te doy, tú me das”, *Revista de Antropología Experimental*, 13, pp. 2-4.

Rosas Mantecón, A. (1993) Globalización cultural y antropología. En *Alteridades*.3(5), pp. 79-91.

Rovira, G. (2016). *Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era de internet*. UAM-X, Icaria editorial.

Ruiz, B. (2018). Los memes: una respuesta popular y humorística ante la crisis mexicana. *Nueva Sociedad*, (273), pp. 122-135.

Saraví, G. (2015). *Juventudes fragmentadas: socialización, clase y cultura en la construcción de la desigualdad*. México, FLACSO.

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. México, Fondo de Cultura Económica.

Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Mit Press.

Storey, J. (2002). *Teoría cultural y cultura popular*. España, Ediciones Octaedro.

Taylor, S. y Bogdan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. España, Paidós.

Valenzuela, J. (1993). *El color de las sombras: identidad cultural y acción social de la población de origen mexicano en Estados Unidos*. (Tesis de doctorado), México, El Colegio de México.

Valverde, K. (2015). *Cuenca dentro de las redes sociales. Los memes ¿un reflejo de nuestra cultura?* (Tesis de licenciatura). Universidad de Cuenca. Ecuador.

Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. España, editorial síntesis.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires, Siglo XXI editores.

Victoriano, F. (2013). La comunicación humana y el factum de lo común. Una presentación. En: *La comunicación humana en tiempos de lo digital*. (Eds.) Fernández, F., Millán, M., y Rizo, M., México, Juan Pablos Editores, pp. 15-28.

Wenkel, R. (6 de agosto del 2016). *Internet cumple un cuarto de siglo*. Dw.com. Recuperado de <http://prodigy.msn.com/es-mx/noticias/tecnologia/internet-cumple-un-cuarto-de-siglo/ar-BBvjWyV?li=AAggXBN&ocid=mailsignout>

Wiggins, B. (2016). Crimea River: Directionality in memes from the Russia-Ukraine conflict. *International Journal of Communication*, 10, (35), pp. 451-485.

Zanony, L. (2008). *El imperio digital*. Buenos Aires, Ediciones B.

FECHA DE SOLICITUD

Día	Mes	Año
20	OCTUBRE	2021

FORMATO DE VOTOS APROBATORIOS DE TESIS

PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	NOMBRE(S)	MATRÍCULA
ROMERO	RAMÍREZ	MIGUEL CIPACTLI	10025351
PROGRAMA	MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES		

Los integrantes de la Comisión Revisora del trabajo de tesis de Maestría, intitulado: “**Machismo y distinción de clase desde los memes de internet. Una inmersión netnográfica a la interacción sociodigital de una comunidad popular en Facebook**” que presenta **ROMERO RAMÍREZ MIGUEL CIPACTLI**, estudiante del Programa de Maestría en Ciencias Sociales de la Facultad de Estudios Superiores de Cuautla, ha determinado otorgar **los votos aprobatorios** para sustentar su tesis en el examen de grado.

LA COMISIÓN REVISORA

**DRA. DUBRAVKA MINDEK JAGIC**

DIRECTORA DE TESIS

FIRMA

**DRA. MORNA MACLEOD HOWLAND**

ASEORA DE TESIS

FIRMA

**DRA. ANGELA IXKIC BASTIAN DUARTE**

ASESORA DE TESIS

FIRMA

**DR. MARIO TIMOTEO PADILLA PINEDA**

LECTOR DE TESIS

FIRMA

**DR. LUIS NICOLÁS OLIVOS SANTOYO**

LECTOR DE TESIS

FIRMA



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**LUIS NICOLÁS OLIVOS SANTOYO | Fecha:2021-10-21 10:53:37 | Firmante**

AKTvs0q4cntVqHTzCYUhsbkK86nfa0Q1dSVHRvGkAP8LV+JWACdBuH+n4Q54IHfwdhgT8MPNGJ6z5iU9LMhuAXiCM8aslY3Rre9KteYnBcPclBiva0yfQ+QMAu1qpcRw+RTkw  
p8KpN9jbV3kg+pw6bCauF0LfhzXMiKwi77zk98Pe4xBzUDK3zkcYzlv90pfKpY0cYLJD+Hf6XGVwx+nx35sec3HZGMdBb2hhqv2JKEYsneqzBbCyNXvpE00T6VANvkT6hYK0  
KVticd8h5V8mis71mXPqRz4Sed+TPAABWQG20dJ3wQx7zwHrPvyE0TankyRTSDpQtGu0shfW==

**ANGELA IXKIC BASTIAN DUARTE | Fecha:2021-10-21 21:59:49 | Firmante**

nsjBA+mON4HZkcMEVwWvXd2tOPVn1LXjn8HJKc3ChdsQNLwYVRkZW43u4P1R3plvmkzbZrldG6u2Tz7mN3IDYU/Cjd/IXZNFf9yUwB92OGWiuQG51bAsFw9SzyhA+S4O  
pp6s6nhvZ34V0hMoZv520A/VwHD2vdpj6BFW4kS4quEhXukbkaT2SOjEvyOVAV80eFAXAKwY4O9h/FhRtfVtckjfmGpgqiOCYeVnR7bobr+ABzaXw3kKT6zNkQdUV5v6z07tXrlm  
Vr5HhDoaYFUyyJfCnSnmCjSwHfmp11F7XQuqlhb/5QG77ARpzd8+wOIdmPuwUdyGqmXj2LcSn8Q==

**MARIO TIMOTEO PADILLA PINEDA | Fecha:2021-10-24 14:32:23 | Firmante**

Ds/7PwubKKqbp5QkKDPko+QBNiThFDqTHCxxq+Pfg55+Loc4cIFaJK6T6V/T/XPeoOasH3uHPU8UfDdizz1s6p0zlvaoaMEYUoQEeV4dOHtYoP02jKbKWNqC1gM5CypeQaQbF  
Cgop1HuoVLqVh2oupCwpO0gMNN3RnDdulAmU11/3GqR/81Y48WSaB81pP0IHskgeSXI0R1XOKELkv7DRSqyieGLnfcra7IfkBLPGEnqNqMqP57BvGX5MJUTK+JjH0stdHQbaN  
4KCw1ou0YPhP66DzvO+z3cJflgYxgS+CBcQTivAQBSsAuFW9FW/6pae5BUFDl1eDsfqOLP35qQ==

**MORNA MACLEOD HOWLAND | Fecha:2021-10-25 13:17:23 | Firmante**

OJh6KkCyKcA4v8o8O4PY3tQTnvi6CQHhLJB3e7sLaTktufDDcNDjg++VBLqMaGS9pel3gebzJqj7TRNqsGmY6ILdQpChVHDEqskpy6fa6sjzkdGOcxILIZ58m78yJ82t03trQQNywZ  
aG0vk8yb+QIFFzYEGatBgbizByQbZq6TWDISQzCFg1zy3X2uxfjcMzRUaQnY4p3wgtDoxklFrfQitMuTsBsYmWuVliy2x2YqCh8DBtf+XwDvdTlcbfFuMMqwf3tGFxr57W/nqDloym3  
SoL/8rY8gjeAZv9feqk0UhbUS0pOm4DkZPwjTfqW3sWvAri8aYnh/mjn/e9H7zgA==

**DUBRAVKA MINDEK JAGIC | Fecha:2021-10-26 10:48:35 | Firmante**

jYDZw14A9jZrScEEWBSmHbITdTWBnlqYZRkVpUo76nWF2BcArhxEL5waREQJkbK+uGisIzTfVltC91OcUd6jTkseOu2azldy1RE0SfHtiW9+mGbrXKSpHEoufwbNNU5+dL9KD  
ipnShYsHEWKFav/MEiogNkB65BcE/2JDF7AL2ecQXtPa70fPIHitqTCzjPlwC0oNX8ky1qKc+YIsYO7f7dcq9rA12Q9NqGwivzOPH8xRpziic6cpvcui+fBrpsvXaGvNpHXFTgQnOXpl  
xn/pJGIR3pqnKQaj8WQp2cgzDVy0Ps3ZsLcbzLMQiyHa7DPkNh6VJBwQuG09LWvsrQ==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o  
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



7uwgtX35x

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/zDCINRNDqcc1VBexG9IsThoz5SgQwrSD>

