Benassini-Félix, C. (2020). Memes de Internet: multimodalidad, intertextualidad e interdiscursividad en tiempos de Covid-19, *Virtualis, 11* (21), 1-26. ISSN 2007-2678.

Memes de Internet: multimodalidad, intertextualidad e interdiscursividad en tiempos de Covid-19

Sección: Dossier
Recibido: 14/09/2020
Aceptado: 24/12/2020

Internet memes: multimodality, intertextuality and interdiscursiveness in times of Covid-19

Claudia Benassini Félix
Universidad La Salle, Ciudad de México
claudia.benassini@lasalle.mx

Resumen

El principal objetivo de este artículo es realizar un análisis del discurso sobre los memes de Internet a propósito del Covid-19. Para ello se desarrolla una definición que incluye los principales conceptos que han contribuido al desarrollo del género. En un segundo momento se presenta la metodología elaborada para cumplir con los objetivos, acompañada de la muestra, las imágenes seleccionadas y el análisis. Las conclusiones giran en torno a las principales características de los memes de Internet que estuvieron presentes en el análisis (multimodalidad, intertextualidad e interdiscursividad). Las reflexiones finales giran en torno a los escenarios para continuar con la investigación de los memes de Internet.

Palabras clave:

memes de Internet, medios meméticos, multimodalidad, intertextualidad, interdiscursividad.

Abstract

The main objective of this article is to perform a discourse analysis on Internet memes regarding Covid-19. To achieve this, a definition is developed which includes the main concepts that have contributed to the development of the genre. In a second moment, the methodology developed to meet the objectives is presented, accompanied by the sample, the selected images and the analysis. The conclusions revolve around the main characteristics of the Internet memes that were present in the analysis (Multimodality, Intertextuality and Interdiscursivity). The final reflections revolve around the scenarios to continue the investigation of Internet memes.

Key words:

Internet memes, Memetic media, Multimodality, Intertextuality, Interdiscursivity

INTRODUCCIÓN

Durante la primera década del siglo XXI Henry Jenkins acuñó el concepto de *cultura participativa* en el marco de los cambios tecnológicos introducidos por la digitalización, que encontraron en Internet 2.0 un espacio para la expresión de los usuarios. En su más reciente caracterización el concepto describe las habilidades sociales centrales y las competencias

culturales necesarias para participar activamente en el nuevo entorno digital, recurriendo a tecnologías digitales para la generación, intercambio, difusión y transformación de productos culturales, con su consecuente carga de sentido. Sus miembros creen que sus contribuciones son importantes y sienten cierto grado de conexión entre ellos (Jenkins, 2019, pp. 10-11; Jenkins et al., 2016, p. 21; Shifman, 2014, pp. 22-23; Dewiche y Jacobs, 2012, p. 42; Couldry, 2020, pp. 25-28).

En este contexto ubicamos a los memes de Internet como fenómeno de la cultura digital, que desde hace más de una década se han convertido en un medio de información, deliberación, interacción y entretenimiento, producido y compartido por millones de usuarios sobre todo en las redes sociodigitales. Se trata de *prácticas digitales* generadas por los usuarios en su mayoría anónimos, que se integran a un *discurso* que pretende aportar sentido a un acontecimiento. En consecuencia, este trabajo lleva a cabo un análisis discursivo de cinco memes de Internet a propósito del Covid-19, para dar cuenta de la multimodalidad, la hipertextualidad y la intertextualidad. Tres características que articulan el discurso memético al resto de los medios de comunicación, así como a otras prácticas cotidianas dentro y fuera de lo digital.

La selección del Covid-19 obedece a su presencia durante más de nueve meses en medios de comunicación y redes sociodigitales. El seguimiento de su evolución, consecuencias económicas, sociales y de salud pública ha sido objeto de memes de Internet, que se suman al cúmulo de información generada sobre el tema. El trabajo consta de tres partes: en la primera se presenta la definición de los memes de Internet que orientó la realización del trabajo; en la segunda se actualizan los conceptos ampliados sobre los que se basa el análisis: medios meméticos y memes de Internet, así como las propiedades del género que se incorporan al análisis: multimodalidad, intertextualidad e interdiscursividad. La última parte corresponde al análisis y a las conclusiones.

MEMÉTICA-MEDIOS MEMÉTICOS-MEMES DE INTERNET

Debemos a Richard Dawkins el concepto de *meme*. De acuerdo con su tesis, la evolución se comprende mejor en términos de competencia entre genes y sus posibilidades para replicarse. Al igual que los genes se propagan al saltar de un cuerpo a otro, así los memes se propagan al saltar de un cerebro a otro, en tanto *pequeñas unidades de cultura que se distribuyen de persona a persona a través del copiado o la imitación* (Dawkins, 2006, pp. 380 y ss; Blackmore, 2000, p. 43; Rodríguez, 2013, pp. 16-17; Shifman, 2014, p. 1). De la superación del concepto de Dawkins ha dependido en gran parte del avance del tema al moverlo de la biología a los contextos culturales en que se produce, difunde y modifica así como en centrar su objeto de estudio en la ecología digital. Para efectos de este trabajo, hemos recuperado las aportaciones de diversos autores para definir al meme de Internet como *una unidad discursiva de la cultura digital que requiere de la participación de los usuarios de la red para su creación, distribución, imitación y transformación a partir de procesos de participación y reapropiación que equilibran lo fijo*

con lo novedoso. A diferencia de los virales, se propagan no como entidades aisladas sino en grupos de unidades de contenido digital. Tienen la capacidad de proponer o contrarrestar un argumento discursivo a través de la interacción visual y verbal; es decir, los memes de Internet son componentes críticos de la sociedad y la cultura.

En este apartado se recuperan las aportaciones de los autores seleccionados, con el propósito de ampliar la definición previa y al ámbito de funcionamiento de los memes de Internet. Ryan Milner (2016, p. 13) se enfoca en la memética en tanto conjunto de prácticas sociales más que en textos individuales y define los *medios meméticos* como

> textos agregados, creados, distribuidos y transformados colectivamente por varios participantes culturales. Son innumerables, tan densos como vibrantes y *comprender sus implicaciones para la conversación pública requiere comprender las conexiones intertextuales*... [… A través de ellos se] proyectan los textos de los medios participativos de comunicación como hilos que se entrelazan en interacciones, formando complejos tapices de conversación pública. Este proceso es memético: se basa en los nuevos comentarios a partir de la circulación mediada y la transformación de ideas anteriores (Milner, 2016, p. 11).

Bradley Wiggins (2019) añade que para entender un meme de Internet es necesario que productores y audiencias identifiquen su lenguaje. Ambos autores coinciden en la importancia conferida a la participación del usuario, a la que Wiggins añade los recursos de la remezcla y la parodia.

> [L]a diferencia de procedimiento entre la remezcla y la parodia es que la primera es más un proceso necesario para que el meme de Internet funcione como tal, independientemente de su función comunicativa. Asimismo con cualquier parodia, al implicar también algún nivel de imitación y generalmente humor hablado —o más precisamente sátira— el sujeto más o menos conoce la estructura sin tener que identificarse con, o saber el contexto para que sea percibido como parodia (Wiggins, 2019, p. 29).

Asimismo, a la definición de meme construida para este trabajo, Wiggins (2019, p. 53-57) aporta el proceso de mantenimiento de los memes de Internet, que atraviesan por dos etapas previas: como *medios propagables* y como *memes emergentes*.

- Los medios propagables son condición previa para que los memes existan como medio de comunicación. Implican penetración a través de redes sociales; una vez que es alterado, el medio propagable se desarrolla como meme emergente, con propagación viral y un grado de popularidad entre los miembros de la cultura digital participativa.

Pueden permanecer estacionarios en su calidad de emergentes; varían de la elaboración subversiva y/o contracultural hasta la ligereza y el humor como elemento central en la remezcla de medios.

- Después de la remezcla y difusión a través de los espacios en línea, el meme emergente se convierte en meme de Internet, una vez que la cultura digital participativa ha producido imitaciones, remezclas y otras repeticiones del emergente.

Los autores hasta aquí referidos muestran la complejidad del estudio de los memes de Internet insertos en las lógicas culturales y más allá de la biología, así como la importancia incluir en el análisis las propiedades de los medios meméticos y los memes de Internet. La aportación a nuestra definición radica en el énfasis en la producción colectiva y, por tanto, en los usuarios que a través de múltiples capas han contribuido a perpetuar el meme de Internet mediante múltiples construcciones de sentido. Un último elemento sobre el meme de Internet se refiere a la importancia de que la *audiencia* responda al argumento visual para completar los mensajes faltantes o ausentes. Estas aportaciones a la definición planteada tienen repercusiones en la selección de la muestra para el análisis. Antes de ese punto es necesario destacar las propiedades de los memes de Internet en que coinciden los autores, como elementos centrales en la construcción de la metodología: la multimodalidad, la intertextualidad y la interdiscursividad.

MULTIMODALIDAD, INTERTEXTUALIDAD, INTERDISCURSIVIDAD.

Parte de la distinción entre *medios* de comunicación como "tecnologías de diseminación" (prensa, radio, cine, televisión e Internet) y *modos* de comunicación, como "tecnologías de representación" (lenguaje, imagen, audio, video e hipertexto). Los modos están presentes en la construcción de significados, puesto que la comunicación humana es *multimodal* e implica la actividad de los individuos de una comunidad y el empleo de los materiales a su disposición para producir significados e interpretaciones discursivas en un contexto cultural. El resultado serán *textos multimodales* que incorporan elementos textuales, icónicos y auditivos (Milner, 2016, p. 33; Pardo, 2016, p. 35; González y Herrera, 2015, p. 23-24). Milner (2016) añade que la multimodalidad es un eje lógico de los medios meméticos:

> Con la digitalización, nuevos tipos de información se vuelven más fáciles de crear, circular y transformar. Se disminuyen las barreras participativas y nuevas formas de comunicación pueden codificarse y decodificarse por un grupo de individuos más amplio. Mientras este potencial produce un vasto "contenido original", produce quizá más contenido memético que reapropiación aún más expresiones multimodales de las que han venido antes (Milner, 2006, pp. 35-36).

Vinculado a los memes de Internet, Jones et al. (2015, p. 30) se refieren al dinamismo inherente a los textos digitales, que propicia que "los significados rara vez se expresan en configuraciones estables de modos. Más bien, viajan a través de los modos y combinaciones de modos que los alteran, a veces sutilmente, a veces dramáticamente en un proceso de resemiotización". Cabe añadir que los medios meméticos, como textos multimodales, cumplen simultáneamente tres funciones susceptibles de incorporarse al análisis del discurso:

> Nosotros entendemos los textos como multimodalidades, es decir, de una manera simultánea los textos representan el mundo (función ideacional), establecen relaciones sociales entre los diferentes individuos (función interpersonal) y construyen una realidad por medio de diferentes opciones, palabras, imágenes etc., (función textual). Además, somos conscientes de que el discurso de los medios se produce, comprende y analiza en relación con las características del contexto (Van Dijk en González y Herrera, 2015, p. 25).

Van Dijk (2000, p. 45) sostiene que en los estudios del discurso el contexto desempeña un papel fundamental en la descripción y explicación del texto y la conversación. Lo define como "la estructura de todas las propiedades de la situación social que son pertinentes para la producción y recepción del discurso". Las características del contexto, añade, influyen sobre el discurso y, a la inversa, el discurso puede definir o modificar las características del contexto. Anastasia Denisova (2019) agrega que "los memes ayudan a las personas a reunirse y expresar sus ideas y opiniones en una perspectiva inmediata a corto plazo, con una estrecha dependencia del contexto" (p. 30).

Intertextualidad se refiere a cómo se crean conexiones entre textos que modifican las prácticas de lectura y escritura, partiendo de que un texto no existe como unidad de sistema cerrado o independiente, sino que conlleva huellas de textos que existieron previamente. En consecuencia, es un proceso social que construye vínculos entre textos, y crea relaciones entre usuarios. Al utilizar las convenciones de la intertextualidad propias de las comunidades, los usuarios muestran sus competencias, recurriendo tanto a un amplio rango de enlaces como al conocimiento intertextual de géneros convencionales más extensos. De aquí su importancia en los procesos de construcción de significados y es clave en la construcción e interpretación de los textos (Wiggins, 2019, pp. 48-49; Jones et al., 2015, p. 28; Shifman, 2014, p. 2).

> El significado no radica en un solo texto; más bien cada texto deriva su significado como resultado de su incrustación en múltiples capas de textos pre-existentes, así como de las prácticas textuales sociales. En consecuencia, quizá la intertextualidad podría conceptualizarse mejor tanto como una práctica en la creación de textos y una propiedad discursiva de los mismos (Vásquez, 2015, p. 124).

La intertextualidad remite a las formas complejas y creativas en que los memes de Internet se relacionan entre sí. En función de la construcción de significados, su importancia radica en la selección deliberada de signos para dar sentido, asegurándose de que el significado construido sea lo más comprensible posible para grandes públicos. A esto nos referíamos al comentar previamente los vínculos existentes entre creadores y audiencias de los memes de Internet: la importancia de compartir un lenguaje común.

Interdiscursividad trata de la relación entre discursos y clases de discursos y de la apropiación de recursos, convenciones y prácticas discursivas entre géneros y discursos. Puede manifestarse al menos de dos formas: la derivación de uno o varios discursos en uno que deja ver las influencias previas, o la mezcla o hibridación de unos con otros. Es más amplia que la intertextualidad en tanto que la amplía en la dirección del principio del discurso. Los casos de la intertextualidad forman parte de la interdiscursividad (Ruiz de la Cierva, 2013, p. 3; Markovich, 1998, p. 733; Vásquez, 2015, pp. 125-126). En consecuencia, dentro del análisis la interdiscursividad pretende ir más allá de la intertextualidad para dar cuenta de la imbricación de discursos en la práctica digital de los memes de Internet.

METODOLOGÍA

Para cumplir con el objetivo propuesto al principio del trabajo, se elaboró un modelo de análisis del discurso basado en la multimodalidad, la intertextualidad y la interdiscursividad de los memes de Internet en tanto conjuntos de unidades que contribuyen a la construcción de sentido sobre un tema, en este caso el Covid-19. El análisis se ubica en el marco del discurso digital, es decir, "las formas en que la gente construye y gestiona sus mundos sociales usando varios sistemas semióticos" (Jones et al., 2015, p. 24). Estos autores definen el análisis del discurso como

> el estudio de las formas en que diferentes "tecnologías de entextualización" —incluyendo sistemas semióticos (lenguajes) y medios de comunicación (televisión y computadoras)— afectan los tipos de significados que la gente puede construir en distintas situaciones, los tipos de acciones que pueden realizar, los tipos de relaciones que pueden formar y los tipos de personas y equipos que pueden ser (Jones et al., 2015, p. 24).

En consecuencia, se trata de centrar el análisis al texto y al contexto, a los que añadimos las tres propiedades arriba descritas. Tal como se planteó en la presentación, la selección de memes de Internet relacionados con el Covid-19 se vincula a su caracterización y propiedades, así como a la participación del usuario en prácticas digitales para generar y transformar contenidos sobre un tema que durante los últimos nueve meses ha estado presente en medios de comunicación tradicionales y digitales.

LA MUESTRA

Se seleccionaron cinco memes de Internet y tres imágenes de cada uno con el propósito de ver la construcción colectiva del discurso a propósito del Covid-19. Esta decisión obedece tanto al concepto de meme de Internet construida para este trabajo como a la aportación de los medios meméticos como grupos de unidades de contenido digital. En consecuencia, la selección de tres imágenes busca mostrar las capas de participaciones que se traducen en transformaciones sucesivas adaptadas al Covid-19. A pie de página se presenta una síntesis de los orígenes y evolución de cada meme de Internet seleccionado, que podría ser el punto de partida para un análisis sobre memes propagables, emergentes y de Internet. En todos los casos la información fue tomada del sitio knowyourmeme.com.

Serie 1. Hide the Pain Harold

También conocido como "Harold" o "Maurice"[1], el meme de Internet corresponde a Andras Arató, de nacionalidad húngara y se hizo famoso gracias a su rostro que representa dolor y/o molestia reprimida.

[1] La primera vez que llenó la atención fue en septiembre de 2011 en *Facepunch*. Un mes más tarde se creó en Facebook la primera página de *Hide the pain Harold*, de la que surgieron seguidores e imitadores. Tres años después las fotos dieron lugar a un hilo de tributo en 4chan: una historia de ficción sobre un anciano infeliz que trabajaba como modelo de fotos fijas cuya expresión parece indicar dolor o molestia reprimida. De ahí pasó a sitios de creación de memes en donde sus imágenes macro comenzaron a usarse para bromas de sexo y similares.

Descripción. En las tres imágenes que conforman la serie se utiliza la misma imagen del rostro de Harold frente a la computadora con un tarro de café en la mano izquierda. En la segunda y la tercera su rostro aparece como premisa para dar paso a una conclusión.
Representación. Sátira de los docentes impartiendo clase en tiempos de Covid-19.
Contexto. A raíz de la pandemia las clases a todos los niveles se imparten en línea con diversas consecuencias para los involucrados. En las tres imágenes se usa la sátira como recurso de los memes de Internet.

Multimodalidad	Intertextualidad	Interdiscursividad
Función Ideacional. Por vía del texto el rostro de dolor y molestia de Harold se reemplaza por el de un docente en tiempos de pandemia realizando sus actividades desde casa. El toque humorístico se logra con los textos que confieren a Harold el rol de maestro en tres situaciones diferentes. *Función textual*. La imagen es la misma y se modifica por vía del texto. La primera muestra un error de sintaxis	A las mismas imágenes corresponde un texto diferente relacionado con las clases a distancia. Se recurre a frases trilladas, muy presentes sobre todo en las redes sociodigitales: la táctica para no participar en el trabajo doméstico; el estereotipo de los alumnos que se niegan a participar en clase, ahora traído a la pandemia y la madre agobiada por las tareas de los hijos. Los medios meméticos	Pedro, el mono que a finales de la década del 1950 salió del programa japonés *Niños en crecimiento*, identificado como el más travieso. De ahí se genera su propio meme en Internet, que es traído a un salón de clase en tiempos de pandemia. La imagen de la madre desesperada evoca una mujer salida de los melodramas, que responde trágicamente ante la situación planteada por el docente. La tercera imagen

no necesariamente tomado en cuenta por la audiencia; alude al prejuicio de que los hombres contribuyan al trabajo doméstico. En la segunda Harold como premisa da paso a la conclusión: siete monos iguales con el micrófono apagado, correspondientes al meme de Internet "Ahora no por favor"[2] y en actitud de evadir la pregunta. En la tercera Harold vuelve a asumir el rol de premisa al saludar a las mamás antes de enviar la tarea. Recibe la respuesta de una madre agobiada por carga semanal de tarea que envían los docentes.	han traído a Harold a México por vía de los textos y con ello incrementa su presencia en los memes de Internet.	tiene el sello de la Escuela Nueva de Memes, que corresponde al blog personal de un usuario de Facebook, lo cual haría pensar que este grupo se adjudica la autoría.

Serie 2. Woman Yelling at a Cat

Se trata de un formato de meme con una captura de pantalla en la que aparecen Taylor Armstrong y Kyle Richards, actrices de *The Real Housewives of Beverly Hills*,[3] seguida de una imagen que representa a un gato confundido llamado Smudge.

[2] Para más información sobre este meme de Internet pueden consultarse sus orígenes y llegada al universo memético en (https://www.google.com.mx/search?q=meme+no+ahora+por+favor&source=lmns&bih=704&biw=1194&client=safari&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjltYSP6M3rAhVLWK0KHSNZBHgQ_AUoAHoECAEQAA (3.IX.20)

[3] El 5 de diciembre de 2011, durante el episodio 15 de la segunda temporada de *The Real Housewives of Beverly Hills*, Taylor Armstrong llora durante una discusión mientras Kyle Richards intenta calmarla. Al día siguiente el *Daily Mail* publicó un artículo en el que describía el episodio acompañado de una foto en la que Armstrong señala con el dedo índice de la mano derecha mientras Richards la abraza. Por otra parte, el 19 de junio de 2018 un usuario de Tumblr publicó la fotografía de un gato blanco con expresión confusa sentado en una silla y frente a un plato de verduras. La publicación se tituló "No le gustan las verduras", que en un año obtuvo más de 50 mil *likes*. Tras esta popularidad, un año después se creó en Instagram la

Descripción. Únicamente en la primera imagen se mantiene el meme de Internet original. En las otras dos los reclamos de Taylor Armstrong de dirigen al presidente López Obrador y al subsecretario Hugo López-Gatell.
Representación. Reclamos por el Covid-19: sátira de un *heredero* de la corona y contra el presidente y el subsecretario de Salud.
Contexto. Taylor Armstrong bien podría representar a un inconforme sector de la sociedad de cara a las medidas que se están tomando para combatir la epidemia del coronavirus en México. Inconformidad de al menos una parte de la sociedad que incluye a la clase política no están de acuerdo con la estrategia implementada por el gobierno.

cuenta Smudge_lord para el gato y se reveló su nombre: Smudge. Un mes más tarde un usuario de Twitter subió a su cuenta una publicación que fusionaba ambas imágenes, creando así el primer meme de Internet de *La mujer gritando al gato* con un éxito que se mantiene hasta la fecha.

Multimodalidad	Intertextualidad	Interdiscursividad
Función ideacional. En su versión Covid-19 La mujer gritando al gato llega a México vía las imágenes de López Obrador y Hugo López Gatell, seleccionados para reemplazar a Smudge en tamaño y expresión, sin alterar la composición de la imagen, aunque sí el sentido. La imagen del presidente de México corresponde a un gesto captado por las cámaras con mucha frecuencia durante las *mañaneras*, como si respondiera a un reportero. El subsecretario de Salud se muestra sonriente ante el reclamo. En las dos últimas imágenes la función ideacional contribuye a la construcción de sentido al modificar al personaje en el que se concentran los reclamos. En los tres casos se mantiene el sentido original del meme: la mujer que grita al gato. *Función textual*. En los tres casos el reclamo es el mismo y forma parte de la composición del meme de Internet: ¡Me dijiste!, una exclamación que denota y connota una *promesa* no cumplida. En esta serie se hace necesario introducir la dimensión temporal que se relaciona con la posible producción del medio memético. En el primero, a raíz de los	El engaño del heredero de la corona; frases que resultan familiares al usuario mexicano; de las *mañaneras* y las conferencias nocturnas han pasado a medios de comunicación y redes sociales. Incredulidad tras seis meses de confinamiento. Medio memético compuesto de dos imágenes: prensa televisión e Internet.	Las imágenes de López Obrador y López Gatell, posiblemente tomadas de la prensa o de las redes sociales. El heredero fallido de la corona presente desde el cine mexicano hasta la comedia y el drama televisivo. Luis Spota: *Casi el paraíso*. Taylor viene de la televisión.

primeros diagnósticos, un Smudge *heredero de la corona* responde a quien se creyó el engaño: "No soy heredero de la Corona, sino del Coronavirus". En la segunda imagen el reclamo va directamente a López Obrador quien, durante las primeras etapas de la pandemia, sostuvo ante medios y audiencias: "México está preparado para enfrentar la pandemia"; ya en una tercera etapa con un incremento en muertos y contagios, el presidente responde a Armstrong —y a México— con la sorna que caracteriza a Smudge: preparados ¡para morir! Es la misma sorna que caracteriza al sonriente López Gatell, quien pronosticó que en mayo *la curva estaría aplanada*. "A estas alturas ya saldríamos", le increpa Taylor ante la promesa no cumplida. "Positivos", responde el subsecretario cuando se dispararon las estadísticas al respecto.		

Serie 3. Swole Doge vs Cheems

Es un formato de comparación en el que los representantes de dos épocas históricas y del mismo grupo se presentan como Swole Doge y Cheems y se comparan entre sí.[4] A pesar de ser relativamente nuevo es muy popular en México.

[4] En mayo de 2020, a partir de un meme viral de Facebook donde ganó popularidad y en Reddit, el formato se propagó con notoriedad luego de que, con diferencia de horas, dos usuarios de Twitter publicaron dos memes distintos. El formato se ha utilizado para comparar grupos de personas en diferentes épocas históricas y se ha propagado muy rápidamente. La cabeza de Swole Doge corresponde a un meme del mismo nombre que debutó en Tumblr en

Descripción. Únicamente en la primera imagen se mantiene el orden tradicional del meme de Internet: Doge del lado izquierdo y Cheems a la derecha. En las otras dos la inversión corresponde con la construcción de sentido a través de la comparación: Doge se presenta como más fuerte frente a un Cheems debilitado.
Representación. Utilizando el formato de comparación, se presentan tres sátiras: las dos primeras corresponden a dos momentos de los docentes; la tercera al Sistema de Administración Tributaria. Las tres en tiempos de pandemia.
Contexto. Las dos primeras imágenes corresponden al trabajo docente. El sentido no necesariamente se vincula con los tiempos de pandemia, sino que puede ubicarse en otros contextos. La tercera imagen se relaciona con el pago de impuestos recientemente realizado por empresas deudoras.

2005: de hecho, es una edición de Doge que imagina que el personaje tiene un cuerpo extremadamente musculoso; en esta primera versión el meme comenzó a popularizarse en Instagram y Reddit. Por su parte, Cheems es un personaje de *Ironic Doge*, conocido por su gusto por las hamburguesas con queso (*Cheemsburger*).

Multimodalidad	Intertextualidad	Interdiscursividad
Función ideacional. La primera imagen corresponde a los maestros de antes (Doge) y ahora (Cheems). El texto complica la función ideacional: maestros que reciben trabajos por WhatsApp, frente a quienes no lo hacen, quizá por motivos económicos o como pretexto; también refleja la actitud del docente al que le da igual si sus alumnos aprendieron o no. En la segunda imagen Cheems, del lado izquierdo, representa a los *obsoletos* "profes en el 2019" con un libro y un proyector que podría ser de los antiguos o un cañón. Doge con lentes y rodeado de aplicaciones móviles aparece en el lado derecho, dotado de todo lo necesario para sus clases en línea con o sin pandemia. En la tercera imagen Cheems representa a un SAT quejumbroso ante la condonación de impuestos a los empresarios deudores, frente a un Doge que presume sus recaudaciones en tiempos de pandemia. *Función textual*. En la primera imagen la comparación y la construcción de sentido están en el texto inferior. Doge, recurre a	La función textual da cuenta de distintas formas de decodificación dentro y fuera de la pandemia. En la segunda imagen el texto atribuido a Doge se retoma de un discurso que sobre todo ha circulado en redes sociodigitales sobre el exceso de plataformas para acceder a clases en línea y a la carga de actividades que los mismos alumnos reconocen como excesiva. Con respecto a la tercera imagen, cabe recordar que entre abril y mayo de este año la prensa publicó información sobre incrementos en la recaudación por vía de corporativos en proceso de regularización de su situación financiera.[5] Esta última imagen puede leerse fuera del contexto de la pandemia, aunque fue transformada durante la misma.	En la primera imagen el meme de Doge retoma un discurso que data de las primeras décadas del siglo XX cuando los maestros, sobre todo rurales, tenían que recorrer grandes distancias para estar con sus alumnos. Durante décadas el discurso formó parte de los reconocimientos al magisterio en el marco de su día. Ha pasado por la prensa y después por otros medios hasta la ficción en cine, radio y televisión, así como en algunas narrativas de los primeros libros de texto gratuitos. En la tercera imagen se presenta el "antes" y "ahora" remitido al Sistema de Administración Tributaria (SAT). Ambos están en la posición del formato original y nuevamente el texto inferior se encarga de conferir sentido. El discurso periodístico sobre la relación entre la

[5] Por ejemplo, GONZÁLEZ, (2020); COTO, (2020); "Estas son las empresas..." (2019); "SAT condona a deudores…" (2019).

una frase trillada para demostrar su interés por los alumnos. Cheems representa un estereotipo del maestro que le da igual si sus alumnos aprenden o no. Esta respuesta refuerza la comparación con la primera etapa. En la segunda imagen el texto inferior vuelve a contribuir a la construcción de sentido en ambos casos. Cheems: pidiendo ayuda para encender el proyector, nuevamente el estereotipo del docente con muchos "conocimientos" que pide ayuda para encender un aparato. Junto, un Doge digitalizado con una *laptop* de última generación dando indicaciones a sus alumnos para continuar clases en línea. Finalmente, un quejumbroso Cheems-SAT por las deudas condonadas a los empresarios para que no se enojen. Una alusión a los rumores sobre las relaciones empresarios-clase política en sexenios anteriores. La imagen de Doge se acompaña del texto triunfante ante lo recaudado. De nueva cuenta el texto contribuye a la construcción de sentido y a su contextualización.		clase política y los empresarios. Cabe añadir que la primera imagen tiene el sello del grupo Documentos Escolares Compartidos, correspondiente al blog Club Primaria alojado en Wordpress que en este momento está fuera de circulación.[6]

[6] En la dirección del blog se indica que está suspendido por violar los términos de servicio de Wordpress. Sin embargo, la página de Facebook sigue subiendo memes relacionados con la educación.

Serie 4.- El meme del novio distraído

También conocido como "hombre mirando a otra mujer", se trata de una serie fotográfica en la que un hombre mira la parte trasera de una mujer qué pasa mientras otra mujer, presumiblemente, su pareja romántica, lo mira con desaprobación.[7]

Descripción. En las tres imágenes que corresponden a esta serie se respeta el meme original; el código visual no tiene variantes. Como en casos anteriores, el texto es el que construye el sentido final. Se percibe que los autores no son muy diestros en el manejo de textos para generar memes, sobre todo en el primer caso, que no respeta las leyes del género. *Representación*. En los tres casos el novio distraído voltea a ver una situación más agradable

[7] El 2 de noviembre de 2015 la imagen original tomada por el fotógrafo Antonio Guillem se publicó en la base de datos de fotografías de archivo con la descripción "hombre desleal con su novia mirando a otra chica". Según el blog de Tumblr *Meme Documentation*, la versión subtitulada más antigua conocida de la foto se envió a un grupo turco de Facebook en una fecha desconocida que publicó la imagen con subtítulos que identificaban al hombre como Phil Collins mirando música pop mientras lleva de la mano a la música progresiva. Fue el primer meme de la serie.

en tiempos de pandemia que la representada por la novia, siempre más convencional, que la ofrecida por la mujer rubia.
Contexto. Tiempos de cuarentena por Covid 19. Se trata de una serie que puede resultar atractiva para determinados sectores de la población —no necesariamente en una ubicación local—, sobre todo en el segundo caso.

Multimodalidad	Intertextualidad	Interdiscursividad
Función ideacional. En el marco de los medios meméticos la imagen de siempre es retomada para ilustrar la "infidelidad" hacia actividades relacionadas con el entretenimiento y el tiempo libre, más que con el estudio y la investigación que representa la novia. En la segunda imagen el joven infiel representa el estereotipo de "los economistas" mirando con mayor atractivo a quien busca explicar epidemiología que a quien quiere explicar sociología, en clara sátira con el quehacer de los economistas y su relación con la realida.[8] En la tercera imagen el novio representa a la gente en cuarentena que voltea a	Desde el inicio de la pandemia los medios de comunicación se han dado a la tarea de publicar "inventarios" con sugerencias de actividades *productivas* para pasar el tiempo: aprender idiomas, leer libros, hacer ejercicio, ponerse a dieta, escribir, etc.[10] Estos listados se han incorporado al discurso de las redes sociales al grado de afirmar que "si no te has dedicado a estas actividades no has aprovechado el tiempo de la pandemia". El segundo texto alude a que ahora nos toca ser epidemiólogos por la pandemia, como hemos sido analistas políticos, expertos en seguridad, etc. Facebook tiene tres páginas de memes de economistas en las que se	A través de la narrativa popular se da cuenta de personajes que prefieren el ocio al trabajo; si hay una moraleja siempre habrá un "castigo" a quienes optan por lo primero. En un sentido más amplio, la relación entre discursos se plantea a nivel de la sátira y al chiste de sobre lo cotidiano, que del discurso popular pasó a los medios de comunicación y podría considerarse que de ahí pasó a los memes. Por lo que se refiere a los economistas, se trata de sátiras sobre la profesión que encuentran sustento en distintos discursos relacionados con la formación académica y el ejercicio profesional. El novio economista voltea hacia lo evidente y no a una supuesta explicación de la sociología,

[8] Véase, BBC-Mundo, "Cinco chistes que revelan por qué los economistas casi siempre se equivocan".

[10] Véase, por ejemplo, *Time Out*, "Haz algo durante la pandemia: 50 ideas para hacer en casa mientras dure la cuarentena, https://www.timeout.es/barcelona/es/que-hacer/50-ideas-para-hacer-en-casa-mientras-dure-el-confinamiento; *Vice*: 100 cosas útiles para hacer para matar el aburrimiento durante los cuarenta días del coronavirus, https://i-d.vice.com/es/article/n7jk77/que-hacer-cuarentena.

ver al papel del baño y no a los esenciales. *Función textual*. En la primera imagen el texto colocado en el extremo inferior de la novia destaca las actividades que hará durante la pandemia, no muy del interés del "novio infiel" quien voltea hacia la chica de rojo más orientada al ocio y la distracción. En la segunda imagen, "enseñar epidemiología a los epidemiólogos" equivale a lo obvio, y hacia allá voltea el novio que representa a los economistas y deja atrás a la sociología. En la tercera imagen la novia alude a las provisiones a comprar mantenerse en casa; el novio, ahora como "gente en cuarentena" voltea a ver el "papel del baño", uno de los insumos más comprados durante las semanas previas al confinamiento.[9]	satiriza la profesión. El tercer texto se corresponde con los mensajes de medios impresos y electrónicos, así como redes sociales, en donde se muestra a consumidores comprando cantidades de papel higiénico más otros artículos en menor cantidad.	cuando existen vínculos teóricos entre ambas.

Serie 5. First World Problems

"Los problemas del primer mundo", también conocido como *Lloriqueo*, se refiere a frustraciones y quejas que sólo experimentan individuos privilegiados en países ricos. Por lo general se usa como dispositivo cómico para minimizar inconvenientes "triviales".[11] Se trata de un ejemplo de

[9] "Por qué la gente compra desesperadamente..." (2020); "¿Por qué la gente compra mucho...?" (2020); "El coronavirus y la compra..." (2020).

[11] La primera referencia a este meme puede encontrarse en una canción de Matthew Good Band, banda canadiense de rock alternativo. *Omisions of the Omen* se incluyó como una pista extra en su primer disco de larga duración (*En algún lugar fuera del mundo*/ *A alguien le encantaría tener mis problemas del primer mundo*). Se trataba de problemas derivados de vivir

hipertextualidad sobre cómo funcionan los medios meméticos mediante la colocación de imágenes que pueden articularse a la lógica de los problemas del primer mundo.

en un país rico e industrializado, al que seguramente voltearían los tercermundistas. En noviembre de 2008, se creó en Tumblr el blog "Los verdaderos problemas del Tercer Mundo"; unos meses después una publicación llamada "Comedy Godmine" comenzó a usar el hashtag #FirstWorldProblems dedicado a comentarios y chistes sobre el primer mundo. El 23 de mayo de 2011 se publicó en BuzzFeed una colección de imágenes macro de problemas del primer mundo que pasaron a diversos sitios de memes.

Descripción. El meme "problemas del primer mundo" se distingue del resto de las series seleccionadas en que las imágenes se identifican como parte de la temática pero son los textos los que le confieren mayor sentido[12]. Es posible que los que transformaron estos memes sean más alfabetizados en el género, tanto por su conocimiento del meme como por la articulación de los textos.
Representación. Las tres imágenes ofrecen situaciones distintas de cara a cómo se ve el coronavirus.
Contexto. La serie de memes se refiere a consecuencias socioeconómicas a derivadas del Covid-19. Junto con el texto, la tercera imagen connota cierto rechazo hacia quienes publican todo tipo de información sobre el tema, aludiendo su bajo nivel socioeconómico. Sin embargo, esta lectura no necesariamente corresponde con las muchas efectuadas por los usuarios.

Multimodalidad	Intertextualidad	Interdiscursividad
Función ideacional. La primera imagen se ubica en 2011, cuando un usuario de Facebook sube la foto de un adolescente desplomado contra la pared sobre fondo blanco, la imagen correspondería al tipo de las subidas a Meme Generator[13] sobre *bullying*, aunque se usa para generar memes con otros temas. La imagen segunda	El 15 de mayo de 2020 los periódicos colombianos publicaron declaraciones del senador Gustavo Petro,[15]del Movimiento Colombia Humana, a raíz del *trino* publicado en Twitter: "el virus llegó en avión a Bogotá, a sus barrios ricos, y por Transmilenio se repartió a toda la ciudad". El tuit fue	La primera imagen no mantiene la fidelidad al meme original, ya que el enunciado va de pobres a ricos y no a la inversa. Sin embargo, hay una correspondencia con los discursos que apuntan hacia los ricos como los que trajeron el coronavirus a sus países de origen por viajar a países donde había contagio. La segunda imagen ha estado

[12] Por ejemplo, la tercera imagen corresponde a "Problemas de los demasiado educados", otra variante de "Problemas del Primer Mundo". Los subtítulos suelen incluir frustraciones asociadas con ser "demasiado educados" en comparación con los demás.

[13] Meme Generator es un sitio web de imágenes marco enviadas por los usuarios. Fue lanzado en marzo de 2007 por un desarrollador web. Su éxito fue tal que en 2010 se convirtió en un referente para identificar y generar memes, sobre todo relacionados con el bullying, aunque sus administradores siempre lo han negado.

[15] Gustavo Petro es senador por el Movimiento Colombia Humana: "movimiento de ciudadanías libres, queremos un país diverso y multicolor, con una economía productiva y

imagen corresponde a Dawson Leary,[14] de la serie de televisión *Dawson's Creek*, interpretado por James Van Der Beek. En la tercera imagen un hombre en actitud de tristeza o cansancio recargado en una ventana; Al fondo se observa a una pareja: al fondo se observa una pareja. La representación evoca una imagen de melodrama en el momento en que se han recibido malas noticias. *Función textual*. Es necesario leer los dos textos de la primera imagen para ubicarnos en Bogotá, Colombia. HP corresponde a la abreviatura de "hijo de puta" o "hijoeputa" utilizado como insulto en algunos países latinoamericanos;	objeto de de reacciones de todo tipo, con énfasis en los "barrios ricos" por la necesidad de viajar a China por diversas razones. El cuestionamiento de Petro es el eje del discurso periodístico[16] ("China") y el meme retoma la idea de que "los ricos trajeron el virus" a Bogotá. Este argumento también ha sido rescatado por la prensa mexicana, aunque la mayoría de los periódicos atribuyen la declaración al subsecretario López Gatell,[17] quien lo ha reiterado en distintos momentos. Sobre la segunda imagen cabe recordar que partir de marzo los medios de diversas partes del mundo publicaron información sobre la	presente en camisetas y tarjetas alusivas a que el coronavirus "estropeó las vacaciones", y otras celebraciones, en alusión inversa a los recuerdos los viajeros que traían a familiares y amigos. Sobre la tercera imagen make a meme.org es un sitio muy popular entre los interesados del género y donde están alojadas muchas de las imágenes de "problemas del primer mundo". Como ya se indicó, la una imagen es característica de series y melodramas. En este caso la tribulación corresponde la Infodemia: publicar en redes sociales todo tipo de información sobre el coronavirus, sin

moderna basada en energías limpias y que permita a cada cual vivir dignamente del trabajo" https://www.colombiahumana.co/ (25.VIII.20).

[14] El 4 de julio de 2012 *Pleated jeans*, blog humorístico, publicó una imagen titulada "Best of the 1990 meme", una compilación de imágenes macro que mostraba a Van Der Beek en su personaje. Los subtítulos incluían quejas sobre las dificultades derivadas de vivir en Estados Unidos durante la década de 1990. De ahí pasó a *BuzzFeed*, *Huffington Post*, Facebook y otros sitios de memes como Imgur. Por lo que se refiere a *Dawson's Creek*, ubicada en Capeside, Massachusetts, forma parte de un estilo de series y películas sobre adolescentes. El portal IMDb indica que la serie se transmitió entre 1998 y 2003 y narra las aventuras de cuatro amigos que viven en un pequeño pueblo de la costa este y se apoyan para enfrentar juntos los problemas de la adolescencia.

[16] "Petro defiende su idea..." (2020); "Petro dice que 'ricos'..." (2020); "Polémico trino de Petro..." (2020).

[17] "En México el coronavirus pasará..." (2020); "Gente con recursos importó el Covid..." (2020); "Vail, destino de los millonarios mexicanos..." (2020); "Mexico: un virus que trajeron los ricos..." (2020).

Transmilenio es el sistema de transporte popular en Bogotá. Lo interesante del meme es que a pesar del uso de regionalismos tiene connotaciones cuyo sentido se remite a otros países como México, sobre todo la idea de que "los ricos trajeron el coronavirus". En la segunda imagen, el reclamo de que el coronavirus ha arruinado las vacaciones formulado por muchas personas en diversas partes del mundo provocando la frustración. Igual que en las imágenes previas, es necesario leer el texto superior y el inferior de la tercera para interpretar el sentido: la creciente molestia ante las personas que publican cualquier cosa sobre el Covid-19. En el extremo inferior derecho se mantiene el crédito a make a meme.org. Las faltas de ortografía no son obstáculo para la circulación del meme.	suspensión de periodos vacacionales debido al Covid[18], así como sobre los lugares con destino seguro. El asunto atañe a personas con posibilidades de viajar, sean o no del Primer Mundo. Asimismo, a través de las redes sociales muchos usuarios dieron a conocer los planes frustrados para vacacionar: bodas, cumpleaños, graduaciones etc. Sobre la tercera imagen, se trata de un fotograma posiblemente de una serie de televisión. De unos meses para acá todos somos expertos en coronavirus, como también lo hemos sido en política, elecciones y otros asuntos que circulan en medios y redes sociales.[19] La tendencia es a socializar lo que cada usuario encuentra en los espacios que revisa, muchas veces sin lectura previa. ¿Problema del Primer Mundo? ¿Solamente los del tercer mundo tenemos este perfil?	discriminación y sin corroboración previa.[20]

[18] "Covid-19 arruinó mi viaje por Europa" (2020); "Adiós a las vacaciones..." (2020); "The Coronavirus outbreak..." (2020); "The holiday destination..." (2020); "Europe's cancelled summer holiday" (2020).
[19] Véase, Llamazares, (2020); "Y después de ser entrenadores..." (2020); "Capitán a posteriori..." (2020).
[20] Arroyo et.al "La otra pandemia que enfrentan médicos y enfermeras en tiempos de Covid-19", (2020) *Metapolítica* https://bit.ly/3p4Z3GV (21.I.21)

CONCLUSIONES

La aportación de los medios meméticos al análisis muestra que los memes de Internet son textos colectivos producidos, difundidos, transformados y modificados por innumerables usuarios ubicados en diversas comunidades, que comparten interés y afición por el género, participando en los procesos que lo integran hasta su distribución y redistribución sobre todo vía redes sociodigitales. A estos usuarios los une un nivel no determinado de alfabetización memética que les permite trabajar con las imágenes con diversas finalidades. Este mismo nivel de alfabetización igualmente variable está presente en las audiencias que a través de sus comentarios aportan a la difusión y transformación de los memes de Internet. En este sentido, contribuyen a la función interpersonal a la que se refieren Denisova y Van Dijk, al establecer diferentes tipos de relaciones entre comunidades de productores y audiencias.

Desde esta perspectiva, la clasificación de memes propagables, emergentes y de Internet constituye una alternativa interesante para dar seguimiento a la evolución de las imágenes de una etapa a otra o bien, a su permanencia en una de ellas. En este sentido, sitios web como los utilizados para el análisis constituyen una útil fuente de información. Sin embargo, es necesario ahondar en los procesos para catalogar los memes de Internet, toda vez que una importante limitación de estos sitios es que privilegian las imágenes del género originadas en Estados Unidos o bien, las que por su trayectoria ya han alcanzado el status correspondiente como el meme del novio distraído.

Por otra parte, la definición y abordaje de memes de Internet que ha dado forma a este trabajo no pretende invalidar las aportaciones de quienes, desde la óptica de Dawkins, continúan investigando sobre el tema. Se trata de una mirada diferente que se suma a las de los estudiosos del género. Juntas, estas contribuciones dan cuenta de la complejidad de un fenómeno que reviste múltiples aristas en la nueva ecología *onlife*, que en este caso articula la evolución e implicaciones del Coronavirus con la circulación y modificaciones de los memes de Internet.

Los memes de Internet basados en el Covid-19 seleccionados para el análisis constituyen un ejemplo de la lógica de la cultura participativa basada en el involucramiento de los usuarios. Desde esta perspectiva, Shifman (2014, pp. 86-87) añade que los memes de Internet se presentan como incompletos —susceptibles de ser modificados, añadimos—, lo que sirve como gancho textual para el diálogo entre productores y audiencias, como parte de la función interpersonal descrita por Van Dijk.

Siguiendo a los autores seleccionados, el análisis de la multimodalidad de los memes de Internet ha mostrado la imbricación entre la función ideacional y la textual. Esto es particularmente relevante porque las imágenes que sirven de telón de fondo para el texto que contribuirá de manera decisiva a la construcción de sentido, incluso en los casos en qué hay alteración del meme de Internet original para insertar una nueva imagen que dará nuevo sentido

al código visual. Esta imbricación, presente en la muestra, también da cuenta del carácter inestable de las configuraciones de los modos de los memes de Internet (Jones et al., 2015), particularmente en la función textual.

A lo largo de este trabajo ha estado presente la intertextualidad: desde su caracterización hasta las formas en que las imágenes que integran los cinco memes de Internet seleccionados por la muestra interactúan entre sí, además de las maneras en que han sido transformados de modo que se articulen a memes propagables, emergentes y de Internet relacionados con el tema. Sin embargo, se propone para trabajos posteriores el tema de la intertextualidad como hilo conductor de un análisis más profundo que dé cuenta de los procesos de descontextualización, recontextualización y entextualización que la caracterizan. También será importante seguir trabajando en la línea de la interdiscursividad, recientemente incorporada a los estudios de la cultura digital, cuyas imbricaciones con la cultura popular y la cultura de masas se han mostrado en el análisis.

Finalmente, no debe perderse de vista el carácter polisémico de los memes de Internet, que da cuenta de los procesos de significación y resignificación que forman parte de sus transformaciones, representaciones e interpretaciones. Un elemento también considerado en el análisis realizado en este trabajo, sobre el que también sería pertinente abordar en futuras investigaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Adiós a las vacaciones de Semana Santa en las playas mexicanas por el Covid-19. (2020, 2 de abril). *CNN*. (Video): http://cnn.it/3p1BO0x

Arroyo, A., Cabrejo, J. E., y Cruzado, M. P. (En revisión). "Infodemia, la otra pandemia durante Covid-19", *Preprints*. DOI: 10.1590/SciELOPreprints.367.

Arroyo, T. "La otra pandemia que enfrentan médicos y enfermeras en tiempos de Covid-19", en *Metapolítica*, 25 de agosto de 2020, https://bit.ly/3p4Z3GV (21.I.21)

Aunger, R. (2002). *The electric meme*. Simon & Schuster.

Blackmore, S. (2000). *The meme machine*. Oxford University Press.

Coto, D. (2020, 31 de julio). En seis meses el SAT supera todo lo recaudado por auditorías durante 2019, *El Contribuyente*: http://bit.ly/2LLp5AV

Couldry, N. (2012). *Media, society, world*. Polity Press.

Couldry, N. (2020). *Media, why it matters*. Polity Press.

Covid-19 arruinó mi viaje por Europa. (2020, 26 de mayo). *El Universal*: http://bit.ly/360XO41

Dawkins, R. (2006). *The selfish gene*. Oxford University Press.

Denisova, A. (2019). *Internet memes and society; social, cultural and political contexts*. Routledge.

Dewiche, A., y Jacobs, J. (2012). What is participatory culture. En A. Dewiche y J. Henderson (eds.), *The participatory cultures handbook* (pp. 31-59). Routledge.

El coronavirus y la compra compulsiva de papel higiénico. (2020, 18 de marzo). *NatGeo*: http://bit.ly/39X5aGW

"Los pobres somos inmunes": por qué circula en México la falsa versión de que el coronavirus es un padecimiento de ricos, (2020, 26 de marzo) *Infobae:* http://bit.ly/3c1OiBt

Estas son las empresas a las que se les condonaron millonarios impuestos. (2019, 22 de mayo) *Forbes*: http://bit.ly/395D1hJ

Europe's cancelled summer holiday. (2020, 27 de abril). *Politico*: http://politi.co/3paMEl4

García Bello, D. (2020) *No tocar: ciencia contra desinformación contra la pandemia del Covid-19*. Paidós.

Gente con recursos importó el Covid, un hecho (López Gatell). (2020, 22 de junio). *El Universal*: https://bit.ly/39QUQAk

González, F., y Herrera, E. (2015). Análisis crítico del discurro de los memes alusivos al debate sobre paramilitarismo. Congreso de la República de Colombia, Cali, Universidad Del Valle, Facultad de Humanidades.

González, Roberto. (2020, 3 de junio). Va el SAT por $25 mil millones en impuestos de 9 consorcios. *La Jornada*: http://bit.ly/2MahR9e

Jenkins, H., Ito, M. y Boyd, D. (2016). *Participatory culture in a networked era*. Polity Press.

Jenkins, H. (2019). *Participatory cultures: interviews*. Polity Press.

Jones, R. (2015). "Discourse, cybernetics and the entextualisation of the self". En R. Jones, A. Chik y Ch. Hafner (eds.), *Discourse and digital practices* (pp. 63-93). Routledge.

Llamazares, J. (2020, 3 de abril). Coronavirus: la otra pandemia. *El País*: http://bit.ly/3c1OFMn

Marikovich, J. (1998). El análisis del discurso y la intertextualidad. *Boletín de Filología*, 37(2), 729-742.

Mexico: un virus que trajeron los ricos y reaviva viejos conflictos y desigualdades. (2020, 20 de mayo). *El Ciudadano Web*: http://bit.ly/2MatTPV

Milner, R. (2016) *The world made meme*, The MIT Press

Nahon, K. y Hemsley, J. (2013). *Going viral*. Polity Press.

Pardo, G. (2016). *Introducción al análisis del discurso multimodal*. Universidad Nacional de Colombia.

Petro defiende su idea de que "ricos" trajeron Covid-19 y le dan "un poquito" de razón. (2020, 15 de mayo). *MSN*. https://www.msn.com/es-co/noticias/colombia/petro-defiende-su-idea-de-que-ricos-trajeron-covid-19-y-le-dan-un-poquito-de-razón/ar-BB148Gop

Petro dice que "ricos" trajeron el virus a Bogotá en avión y se propagó en Transmilenio. (2020 15 de mayo). *Pulzo*: http://bit.ly/395V1IZ

Polémico trino de Petro sobre la llegada y expansión del Coronavirus. (2020, 15 de mayo). *El Tiempo*: http://bit.ly/3c1g2X5

Por qué la gente compra desesperadamente papel del baño ante la pandemia del Covid-19. (2020, 15 de marzo). *BBC News*: http://bbc.in/39ZldEu

¿Por qué la gente compra mucho papel del baño? (2020, 14 de marzo). *El Universal*: https://bit.ly/3c1oLZs

Riles A., ed. (1996). *Artifacts of modern knowledge*, The University of Michigan Press.

Rodríguez, D. (2013). *Memecracia: los virales que nos gobiernan*. Edith Cedro

Ruiz De La Cierva, M. C. (2013). Interdiscursividad entre la comunicación literaria textual y la cinematográfica, *El diario de Noah*. *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*: https://bit.ly/2YfqG4B

Sampredro, M. J., Blanco, M., Ponte, D., y Leirós, L. (2010). Saliencia perceptiva y atención. Ponencia presentada en la VI Reunión Científica sobre Atención, Barcelona, 2007. https://ddd.uab.cat/record/97769.

SAT condona a deudores… ¡desde 1 peso! (2019, 2 de octubre). *El Universal*: https://bit.ly/3sKHE8M

Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*, Cambridge-MIT Press

Sperber, D. (2001). An objection to the memetic approach to culture. In R. Aunger (coord.), Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science (163-173). Oxford Scholarship Online

Spota, L. (1982). *Casi el paraíso*. Grijalbo.

The Coronavirus outbreak could mean no summer vacations this year. (2020, 2 de marzo). *CNBC*: http://cnb.cx/3973QlI

The holiday destination around the world without Coronavirus". (2020, 1 de abril). *The Sun*. https://www.thesun.co.uk/travel/11052313/countries-without-coronavirus-free-holiday/ Vail, destino de los millonarios mexicanos y foco de contagio de Covid-19. (2020, 19 de marzo). *Milenio*: http://bit.ly/2LXieEh

Van Dijk, T. *2000* "El estudio del discurso". En T. Van Dijk (comp.), *El discurso como estructura y como proceso* (pp. 21-66). Gedisa.

Vásquez, Camilla "Intertextuality and Interdiscursivity in online consumer reviews. En R. Jones, A. Chik y Ch. Hafner (eds.), *Discourse and digital practices* (pp. 124-146). Routledge.

Vega, O., Lón, A., Monts, A. M., Velásquez, M. E., y Romero, V. (2012). Funciones del lenguaje según Halliday. *Ropohuayta Especialización*: https://bit.ly/3ixoRt0

Wiggins, B. E. (2019). *The discursive power of memes in digital culture*. Routledge.

Y después de ser entrenadores, ahora somos expertos en pandemia. (2020, 21 de marzo). *Andalucía informa*: http://bit.ly/3c1EgjO