

La construcción de la imagen pública de Hugo López-Gatell a través del meme en el contexto de la pandemia de COVID-19

Sección: Dossier
Recibido: 22/09/2020
Aceptado: 16/12/2020

Hugo Lopez-Gatell's public image construction through memes, in between COVID-19 Pandemics

Jacob Bañuelo Capistrán
Tecnológico de Monterrey
jcapis@tec.mx

Omar Cerillo Garnica
Tecnológico de Monterrey
ocerrillo@tec.mx

Resumen

A partir del inicio de la pandemia del Coronavirus a México en febrero de 2020, el Gobierno Federal informó diariamente el status de la gestión de la enfermedad. El vocero seleccionado para tal efecto fue el Dr. Hugo López-Gatell, subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud. Con el paso de los días, las conferencias vespertinas del Dr. López-Gatell ganaron notoriedad en la agenda pública, la cual se vio reflejada también en la presencia de su imagen en los memes circulantes a través de Internet. El presente trabajo realiza un análisis discursivo y visual de 129 memes difundidos en plataformas digitales sobre el Dr. López-Gatell entre el 29 de febrero y el 15 de julio de 2020, con el cual se pretende comprender cómo se construyó su imagen pública a través de este medio de expresión. Con ello pretendemos mostrar la relevancia del meme como expresión ciudadana en la generación de construcciones simbólicas y discursos, así como en la construcción de la imagen de personajes públicos.

Palabras clave:

Memes, Medios sociales de comunicación, lenguaje simbólico, Comunicación política, Pandemia

Abstract

As Coronavirus pandemic arrived at Mexico in February 2020, the Federal Government reported the daily status of the situation. The spokesperson selected for this purpose was Dr. Hugo López-Gatell, Under-Secretary of Prevention and Health Promotion. As the days went by, Dr. López-Gatell's evening lectures gained notoriety on public agenda, which was also reflected in his image presence in Internet memes. The present article develops a discursive and visual analysis of Dr. López-Gatell's memes disseminated on social media between February 29th and July 15th, 2020, which tries to understand how the Under-Secretary's public image was built through this kind of messages. We will show that memes can represent a common people expression to generate symbolic constructions and discourses, as well they contribute to build the image of public figures.

Key words:

Memes, Social Media, Symbolic language, Political Communication, Pandemics

INTRODUCCIÓN

El análisis del meme político impone construir un modelo teórico experimental que permita articular la compleja amalgama de implicaciones socioculturales que reúne este fenómeno socio-mediático en el contexto de una sociedad que participa activamente en la trama digital, como lo hace la sociedad mexicana.

Desarrollamos brevemente una semblanza de la pandemia en México y el papel del funcionario Hugo López-Gatell como encargado de la gestión de la crisis sanitaria, a manera de contexto. Del mismo modo, desplegamos los conceptos clave que articulan un modelo de análisis para comprender el fenómeno particular del meme político relacionado con el objeto de estudio central de esta investigación, la construcción de la imagen pública de Hugo López-Gatell, Subsecretario de Salud del Gobierno de México a través del meme político, en el contexto de la pandemia causada por Covid-19.

El modelo está estructurado en dos grandes segmentos: conceptos socioculturales y conceptos analíticos. Por una parte, los *conceptos socioculturales (imaginarios sociales, memoria colectiva, proceso comunicativo)*, permiten comprender el escenario sociocultural, político y mediático de los memes analizados; por otra, los conceptos analíticos (*contenido, forma y posición ideológica*) permiten analizar e interpretar la posición ideológica de los memes para establecer ejes narrativos e interpretativos en un contexto determinado.

El modelo implementado tiene fundamentos teóricos que provienen del campo filosófico, sociocultural, sociopolítico, mediático y semiótico. Wiggins (2019, p. 15) propone un análisis del meme con fundamento en el análisis ideológico, semiótico e intertextual, que retomamos, y al que añadimos una dimensión sociocultural. Retomamos igualmente el modelo de análisis del meme de Shifman (2013), al que incorporamos en el modelo sociocultural aquí propuesto, y adaptamos su categoría ‘*stance*’, entendida aquí como ‘posición ideológica’ expresada en el meme.

En resumen, al modelo propuesto por Shifman (2013) y Wiggins (2019, p. 15), agregamos las categorías de contexto, memoria colectiva, imaginarios sociales y proceso comunicativo, para analizar la narrativa de los memes. El objetivo de la investigación es conocer cómo se construyó la imagen de la figura de un funcionario público, en este caso de Hugo López-Gatell, a través de la producción de memes difundidos en plataformas digitales y redes sociales en México.

CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO: LA PANDEMIA DE COVID-19 EN MÉXICO

A finales de 2019, se reportó que, en la ciudad de Wuhan, China inició un brote de una peculiar neumonía atípica ocasionada por una nueva variante de un coronavirus. Dicha infección se propagó rápidamente por el mundo; en febrero era un problema serio en Europa, particularmente, en España e Italia. Mientras esto sucedía, en México se decía que, si bien era inminente que

llegara el nuevo virus al país, el gobierno alistaba un plan de contingencia para hacer frente a la emergencia sanitaria (Secretaría de Salud, 2020).

Según las autoridades federales en materia de salud, el primer caso de COVID-19 en México se suscitó el 27 de febrero de 2020, un turista que recién había llegado de Italia, país que en ese momento era de los más golpeados por la pandemia. En cuestión de horas, se confirmó un segundo caso y un tercero. Este fue el primer momento de proyección mediática nacional del subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, Hugo López-Gatell, quien anunció este caso 0 en la acostumbrada conferencia de prensa mañanera del presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador (Lafuente, 2020).

Apenas un par de días después, el 29 de febrero, el subsecretario salía a conferencia de prensa vespertina para informar los cambios respectivos a la pandemia en el país (Gobierno de México, 2020). A partir de ese momento, las conferencias de prensa vespertinas fueron diarias y se asumieron como el sistema de comunicación oficial del gobierno federal para informar a los medios de comunicación y a la sociedad en general sobre los avances de la pandemia en el país y las medidas que el gobierno ejecutaría para mitigar sus efectos.

Para el 11 de marzo, la Organización Mundial de la Salud declaraba al Coronavirus una pandemia, ante lo cual los gobiernos del mundo tendrían que prepararse a una inminente contingencia sanitaria originada por este nuevo virus (OMS, 2020). El gobierno de México no fue la excepción, y se agilizó el plan emergente para hacer frente a la enfermedad, siendo el líder del proyecto el subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud.

Ante dicho liderazgo, se vino una exposición diaria a los medios de comunicación de la figura de Hugo López-Gatell, cuyo reconocimiento público pasó de ser conocido solamente en el círculo de la salud pública en México a un personaje de dominio público en general. Al paso de los días, su nombre comenzó a ser común para muchas personas, su aparición en los medios de comunicación se incrementaba, entre ellos las redes sociales digitales.

El gestor de la pandemia México comenzó a ser protagonista de la vida pública, por lo que también circularon diversos memes de internet sobre su persona. Su figura tomó aún más relevancia, tanto para apoyarle en sus discursos públicos sobre la pandemia, como para denostar sus gestiones sobre la emergencia sanitaria.

EL MEME POLÍTICO EN LA ICONOGRAFÍA DE LA PANDEMIA.

La noción de meme nació como analogía a la idea de gen, como una unidad mínima de transmisión de información cultural (Dawkins, 1993). Si la biología aseguraba su supervivencia a través de la transmisión de información, la cultura debía tener un proceso similar. Dado que el origen del término se dio en un texto de corte más biológico, el impacto no fue inmediato. Con el paso del tiempo, esta idea se recuperó para nombrar a las imágenes, fijas o en video, que circulan en Internet como elementos de humor, que fácilmente se comparten a través de las redes sociales digitales y se vuelven muy populares.

Esta nueva interpretación del término va más allá de una analogía biológica cultural al adquirir facultades también ideológicas y simbólicas.

La analogía meme-gen es sostenible solo bajo la idea de que ambas transmiten información cuyo objetivo es la reproducción infinita del primer patrón de información. Es un comportamiento que se aleja de su más puro sentido genético para mutar hacia un reconocimiento más bien epidemiológico: la información no sólo se replica, sino que se contagia, en un comportamiento viral (Dan Sperber en Castaño, 2013, p. 85).

Es de llamar la atención que hablemos de viralización de memes en medio de una pandemia. En esta misma metáfora biológica que acuñó Dawkins, es también posible hablar de una epidemia de información, la llamada “infodemia”. Cientos de comunicaciones salen todos los días desde medios de comunicación de la era tradicional, así como los nuevos de la era digital y proyectan muchos mensajes encontrados en torno a la pandemia. Están desde los que difunden noticias oficiales de los gobiernos y las instituciones de salud tanto privadas como públicas, hasta los que han esparcido las llamadas *fake news* y diversas teorías de la conspiración sobre el origen del virus y el control mundial de la población a través de las vacunas. En medio de esta vorágine informativa, aparece el meme para diseminar humor crítico o acrítico a partir de alguna expresión de la cultura popular: toma referencias de películas, series de televisión, animaciones, e incluso, superhéroes o personajes popularizados a través del propio Internet.

El meme es parte de esta infodemia, ya que contribuye también a generar tráfico de mensajes de muy diversos tonos. La referencia al humor dentro del meme puede ir hacia cualquier lugar: un aspecto social, cultural, geográfico, de género, lo que sea. Dentro de estas opciones, aparece también el meme con referencia política, el cual pretende generar alguna forma de crítica social, apoyar algún tipo de ideología, o bien, como es el caso, hacer referencia a alguna figura pública.

A partir de diversas lecturas sobre el meme político (Chandler, 2013; González, 2019; Wiggins, 2019), elaboramos una taxonomía para este tipo de mensajes: un grupo importante de ellos permite hablar de temas políticos que podrían resultar incómodos para el orden dominante; también se utilizan para atacar a un oponente y apoyar a un candidato propio. Desde el gobierno, también se pueden desplegar memes en contra de su oposición. Sin embargo, una vez en circulación, el meme puede tomar significados diversos. Tal es el caso del llamado Obama/Joker de 2009, que fue utilizado tanto para criticar al entonces presidente de Estados Unidos de América, así como para apoyarlo en sus movimientos (Wiggins, 2019).

El meme se suscribe a un acto de simulacro, en los términos de Baudrillard (1978), al considerar que la imagen puede alejarse de su realidad, y en la medida que se aleja más, se considera un acto de simulación. En este sentido, el meme enmascara una realidad, que puede o no ser profunda, y se inserta en un proceso de enmascaramiento y desnaturalización de la realidad.

Ese proceso puede desideologizar la realidad, pues esta queda borrada con el tiempo. En el caso del meme, la realidad no se esfuma, sino que se vuelve hiperreal, donde lo real queda

exaltado en una parte de su esencia, a un nivel escenográfico. Si bien el meme relaja la realidad al enmascarar algunos aspectos de la misma, su carácter simbólico nos permite hablar de formas discursivas que aún contienen elementos ideológicos que permiten relacionarlo con sucesos políticos, como es el caso de la gestión de la pandemia del COVID-19.

Cabe señalar que los memes del coronavirus no tenían originalmente un perfil político, al menos en México. Con el llamado a la “sana distancia” y a #QuedateEnCasa, los mexicanos comenzaron a visualizar la política detrás de la gestión de la pandemia. Antes de esto, los memes eran más bien culturales, donde se pensaba que México podría resistir al Coronavirus gracias a sus singulares prácticas populares para la salud, como los tés, remedios caseros y medicina no alópata. Con la llegada de la política pública hacia el confinamiento, se vino una etapa de gestión biopolítica, donde los imaginarios de la pandemia migraron hacia los políticos y hacia la desobediencia de la población hacia este llamado.

Entre los personajes más recurrentes del meme en esta etapa de la pandemia fue el subsecretario de Salud, Hugo López-Gatell, quien fungió como el vocero oficial del Gobierno Federal para notificar a la población las novedades en torno al tema. Su figura fue tanto exaltada y adorada, como criticada y satanizada, haciendo de estos memes una fuente alternativa de información, de contenido simbólico y discursos en torno a la pandemia. En el presente texto, mostraremos cómo fue cambiando la narrativa y representación simbólica del personaje en los memes a través de los meses que se ha esparcido la enfermedad.

EL MEME POLÍTICO COMO RESISTENCIA CRÍTICA

El potencial crítico del meme político reside en una cultura participativa donde los ciudadanos pueden influir en la opinión pública de manera anónima y resignificando simbólicamente el orden político discursivo.

El meme se ha posicionado como una de las formas de expresión más libres de Internet, a través de plataformas digitales como WhatsApp y redes sociales. Producidos y publicados por ciudadanos en su gran mayoría de manera anónima, permiten realizar prácticas de apropiacionismo y resignificación sobre una iconografía socialmente compartida, procedente de la memoria colectiva y los imaginarios sociales.

El humor, la ironía, la parodia, la metáfora, la cita, el pastiche, la yuxtaposición son habituales formas de generar contenidos críticos, formas de resignificar el *status quo*, el *mainstream* mediático y el sistema de valores de una sociedad democrática. El meme puede ser considerado banal, pero también es un arma política para el ejercicio crítico ciudadano.

En medio de esta libertad expresiva del meme, en ocasiones presenta tintes violentos, discriminatorios y posiciones extremas. Sin embargo, responde a una necesidad expresiva y realiza una función catalizadora de frustraciones y descontento sociopolítico en el escaso margen que el capitalismo y los regímenes del capitalismo de vigilancia (Zuboff, 2020) han dejado a la libertad de expresión política ciudadana.

En el marco del capitalismo contemporáneo, el meme es un medio visual del ecosistema mediático que responde a exigencias críticas en contra de un régimen político; es una “imagen resultante, pero también es un germen”. El germen del meme es capaz de conformar una simbología intensiva, la generación de otra estética potencialmente crítica contra un sistema (Simondon, 2013, p. 20, en Cuevas, 2020).

La clave del meme como resistencia política reside en la posibilidad de deconstruir un orden simbólico de valores éticos, morales, ideológicos, en donde la imagen es enriquecida con aportes cognitivos, lo cual genera un juego de resonancias afectivo-emotivas que se convertirán en símbolos potencialmente y funcionalmente críticos (Simondon, 2013, en Cuevas, 2020).

IMAGINARIOS SOCIALES Y MEMORIA COLECTIVA

Los imaginarios sociales se nutren de la memoria colectiva y conforman un universo simbólico del cual, a su vez, se nutre el meme político. Los imaginarios sociales tienen fundamento en la memoria histórica, mediática, artística, cultural y en general, de todas las esferas de la vida pública compartida por una sociedad en escala local, regional, nacional o global.

Para Castoriadis (1997), los imaginarios sociales son parte de la memoria colectiva y responden a una *lógica heredada (identitario-conjuntista)* y al *imaginario social*, que son complementarios. La *lógica heredada* es la herencia histórica determinada de valores, la cosmovisión, el sentido del orden, el lenguaje, los códigos, la herencia de valores socioculturales y, por otra parte, el imaginario social que se inscribe en lo inconsciente, en lo indeterminado, en la imaginación.

Siguiendo con Castoriadis (1997), un imaginario social es una construcción socio histórica que abarca el conjunto de instituciones, normas y símbolos que comparte un determinado grupo social y que, pese a su carácter imaginado, opera en la realidad ofreciendo tanto oportunidades como restricciones para el accionar de los sujetos (Castoriadis, 1997, en Miranda, 2014, p. 7).

Al conjunto de instituciones, modos de producción, medios de comunicación, sistema político, religión, arte, ciencia, deporte, códigos de intercambio simbólico, lenguaje y formas de significación, Castoriadis las denomina imaginarios sociales, un desplazamiento de orden simbólico para atribuir sentido e identidad a individuos y sociedades. (Castoriadis, 1983).

Para Castoriadis “las significaciones imaginarias sociales crean un mundo propio para la sociedad considerada, son en realidad ese mundo: conforman la psique de los individuos”; marcan su intención global y un estado emocional, una “nebulosa de afectos” que embeben la vida social en su conjunto (Castoriadis, 1997, p. 9).

Desde esta perspectiva, la sociedad crea y se recrea, articulada por normas, lenguaje, familia, modos de producción y por las significaciones, sistemas de simbólicos, que estas instituciones encarnan (ciencia, arte, política, tótems, tabúes, dioses, Dios, polis, mercancía, riqueza, patria, etc.). De esta forma, los memes políticos son construidos por representaciones

simbólicas procedentes de este imaginario social, que integran y reflejan valores culturales identitarios, ideológicos, estéticos y morales.

La praxis, lectura y reinterpretación hecha mediante los memes, supone una resignificación constante de imaginarios sociales, un desvío del sentido heredado históricamente y una regeneración latente y dinámica de la memoria colectiva.

SOCIOSEMIÓTICA, CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA E INTERTEXTUALIDAD DEL MEME POLÍTICO

La semiótica como disciplina encargada de analizar e interpretar el sentido de los signos, es una herramienta esencial en el análisis del meme político. Integramos el análisis semiótico en dos dimensiones, desde una perspectiva sociosemiótica y desde el análisis formal simbólico.

El análisis sociosemiótico se nutre de las aportaciones de Lotman (1976, 1979, 1998), quien comprende que una semiósfera como una suerte de sistema de formaciones semióticas de conjunto, que funcionan en un *continuum* semiótico articulado, dinámico y socialmente integrado, por analogía con el concepto de biósfera.

A ese *continuum* introducido por V. I. Vernadski, Lotman lo llama semiósfera. “Sólo dentro de tal espacio resultan posibles la realización de los procesos comunicativos y la producción de nueva información [...] La semiósfera es el espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis (Lotman, 1976, pp. 11-12).

En esa semiósfera encontramos los conjuntos de formaciones semióticas conformadas a su vez por sistemas de signos, intercambios, interpretaciones y reinterpretaciones, sistemas simbólicos compartidos constituidos histórica y socialmente. En algún punto de esta galaxia signica, de este universo semiótico, se intersectan los sistemas simbólicos integrados desde esferas sociopolíticas y socioculturales en imaginarios sociales individuales y colectivos, activados en lectores, productores y resignificadores, en este caso, de memes.

Para Lotman (1998, p. 103) “ningún mecanismo semiótico puede funcionar como un sistema aislado, inmerso en un vacío. Una condición ineludible de su trabajo es el estar inmerso en la semiósfera —el espacio semiótico”. Dentro de la semiósfera ocurre una transferencia de textos, una intensa actividad intertextual, un intercambio de información constante.

La sociosemiótica facilita contextualizar cultural y socialmente, entrelazar temas y núcleos significativos que dan sentido y orientan la vida práctica de las relaciones sociales (Paulín, 2016). De esta forma, la sociosemiótica permite analizar un universo cultural de signos que las sociedades desarrollan de distintas formas, según las circunstancias sociales, del lugar y el tiempo, el meme político es una de ellas. Para Lotman, esto permite discernir la cultura donde las personas viven e interactúan (Camarena, 2019)

De acuerdo con Mosquera, y teniendo como base el concepto de semiósfera de Lotman (1976), podemos significar al meme político como un texto inmerso en universo semiótico sujeto a intercambios de sentido, en una lógica textual donde el conocimiento del mundo en general (el universo único, la realidad absoluta, el todo) se centra en un proceso de descripción en tres

niveles independientes, mas no excluyentes: el de los mensajes textuales, el de la cultura como sistema de textos y el de la cultura como repertorio de funciones a las que los textos dan servicio (Mosquera, 2009, p. 78).

El puente entre la sociosemiótica y la interpretación ideológica del meme se da justamente mediante el análisis de su construcción simbólica, entendiendo a los símbolos como códigos de representación convencionalizados cultural e históricamente, expresados mediante signos visuales en el meme político.

El símbolo es entendido aquí desde Peirce (1932, 1986, 1988), como aquel signo cuya existencia se basa en una convención social. Es posible conceptualizar semióticamente al meme político como una construcción simbólica sociocultural que produce significación y que tiene intenciones comunicativas (Eco, 1984, p. 16).

El meme, visto como universo semiótico con intenciones comunicativas para la producción de significado, se comprende en el marco de la teoría del signo elaborada por Eco, quien basó su trabajo en el trabajo de Peirce, Saussure, Jakobson, Greimas, Hjelmslev; estableciendo que la utilidad del signo reside en su función de transmitir información y sentido.

La construcción simbólica expresada en los memes participa de una praxis basada en la intertextualidad para transmitir un significado. La intertextualidad se nutre del universo semiótico, y reside en la función discursiva construida por la remezcla y resignificación de imágenes. La intertextualidad es una práctica semiótica que construye un discurso con una intencionalidad ideológica, forma, contenido y sentido ideológico, conformada mediante la práctica intertextual (Wiggins, 2019, p. 18).

Shifman (2014) entiende la intertextualidad como “capas adicionales de significado, asociadas con un texto” (Shifman, 2014, en Wiggins, 2019, p. 18). Kristeva (1980), por su parte, concibe la intertextualidad como un puente entre la semiótica saussureana con el dialogismo de Bajtín (1987), para construir significado en la estructura de un texto determinado.

En el mismo sentido en que Lotman (1976) concibe la semiósfera, Kristeva concibe que intertextualidad significa que un texto no existe como una unidad o sistema independiente o cerrado. De esta forma, los memes solo pueden existir gracias a la confluencia de signos, códigos, símbolos, citas, alusiones, parodias y textos que los integran y que se refieren a otros textos más allá del tema del que tratan. Como apunta Wiggins (2019, p. 19), “un meme de Internet no puede existir sin referirse a otra cosa que el tema que contiene”.

La práctica intertextual del meme, significa hacer elecciones semióticas deliberadas orientadas a dar sentido y construir significado para la mejor comprensión posible, siempre en función de un contexto sociosemiótico determinado y para lectores ideales posibles.

NARRATIVA TRANSMEDIA DEL MEME Y PROCESO COMUNICATIVO

El meme político participa de una cultura transmedia, en donde las narrativas se expanden y son conformadas por series narrativas expresadas en formatos diversos y comunicadas en

plataformas y redes dispersas. Esta lógica narrativa expandida, transmediática responde a un fenómeno de convergencia de medios que plantea nuevas exigencias y competencias de participación activa para las comunidades mediáticas (Jenkins, 2008).

La narración transmediática es el arte de crear mundos posibles (Jenkins, 2008). El fenómeno de las narrativas transmedia sucede con los memes políticos, como relatos o historias en torno a un tema, en donde se despliega una narrativa a través de múltiples medios, productores, lectores, resignificadores y difusores de información, en un proceso comunicativo activo que participa de un proceso de expansión por parte de lectores-productores-difusores activos (Scolari, 2013).

Jenkins (2009) afirma que la idea del meme es una forma problemática para comprender una práctica cultural en donde el papel de la participación, la agencia de lector-productor-ciudadano es fundamental. Los memes no son solo “contenido atractivo y pegadizo”, sino argumentos visuales con capacidad crítica (Wiggins, 2019, p. 4).

El meme político participa de un proceso dinámico de interacción y producción cultural que posibilitado por las tecnologías participativas en el marco de Internet. Compartir memes en plataformas y redes sociales es *retextualizar* y *resignificar* operaciones comunicativas que demandan diversos niveles de agencia, competencias interpretativas y creatividad del lector-usuario, un acto de *resemiotización* (Varis y Blommaert, 2015, p. 36), para dar lugar a un nuevo conjunto de condiciones de contextualización, y por ende de lectura y re-interpretación, un proceso semiótico nuevo, una semiosis social expandida.

MODELO DE ANÁLISIS DE SHIFMAN PARA MEMES POLÍTICOS

El modelo de análisis de Shifman (2013) permite emprender un análisis de memes eficiente, notable por su gran simplicidad. Se ha empleado en el análisis de memes de imagen fija, texto, como en video memes. En esta investigación proponemos una adaptación o enriquecimiento del modelo de Shifman (2013), mediante la inclusión de categorías socioculturales para el análisis del meme político.

A las categorías analíticas del modelo de Shifman (2013) conformadas por forma, contenido y *stance*, hemos integrado las categorías socioculturales de imaginarios sociales, memoria colectiva y proceso de comunicación, bajo la definición de un contexto sociocultural y para la descripción de una narrativa puntual para cada meme y para el conjunto de los memes analizados.

La categoría de *stance* para Shifman (2013) es una categoría abierta, que hemos adaptado como la *posición ideológica* que expresa el meme. Se trata de una interpretación de la posición crítica o acrítica, positiva o negativa del meme frente al tema que trata. La posición ideológica describe también el tono y estilo de la comunicación, y alude a una interpretación dentro del proceso comunicativo que sigue las funciones de la comunicación verbal humana de Jakobson (1960).

Siguiendo a Shifman (2013), forma es la “encarnación física del mensaje”, para nosotros significa la construcción simbólica del meme; contenido es lo que un meme transmite en términos de ideas e ideologías, aquí lo hemos adaptado como el tema central del que trata el meme; y *stance* o postura, “representa para Shifman las formas en que los destinatarios se posicionan en relación con el texto, los códigos lingüísticos, los destinatarios y otros hablantes potenciales, una suerte de pragmática del meme, que en nuestro modelo será la ‘posición ideológica’ del meme” (Wiggins, 2019, p. 15).

METODOLOGÍA

La muestra analizada en este estudio es producto de una amplia recolección de memes relacionados con la pandemia producida por COVID-19 en México, y, específicamente, se centra en la imagen pública producida a través de memes sobre el Hugo López-Gatell, Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud del Gobierno de México.

La investigación sobre la imagen pública de Hugo López-Gatell, producida a través de memes que han circulado en diversos medios y plataformas digitales, ha sido realizada mediante una metodología basada en etnografía virtual adaptativa (Hine, 2004), y se centró en la experiencia de usuarios colaboradores que recolectaron memes a través de *timelines* y grupos de WhatsApp, Instagram, Facebook y Twitter, y corresponde al periodo del 29 de febrero al 31 de julio de 2020. La metodología está compuesta por los siguientes elementos:

- Recolección de memes a través de redes sociodigitales de usuarios cercanos relacionados con tres investigadores colaboradores de la investigación, integrada por familiares, amigos, colegas cercanos al campo de estudio, perfiles de seguimiento y avisos de *likes* compartidos.
- Revisión de la muestra de memes relacionados con COVID-19 publicados en el Grupo de Estudios Multidisciplinarios sobre el Meme en Internet (GEMMI), con 133 miembros.¹
- Revisión de los memes del perfil de Instagram @memelasdeorizaba que cuenta con 33,258 publicaciones, todas relacionadas con memes, cuenta con 1.2 millones de seguidores.

La recolección de muestras se inicia a partir del 29 de febrero, dado que es la fecha de la primera conferencia de prensa dada por Hugo López-Gatell sobre la pandemia de COVID-19.² La

¹ GEMMI en Facebook:

https://www.facebook.com/groups/1609564032503801/?multi_permaLinks=2947501215376736

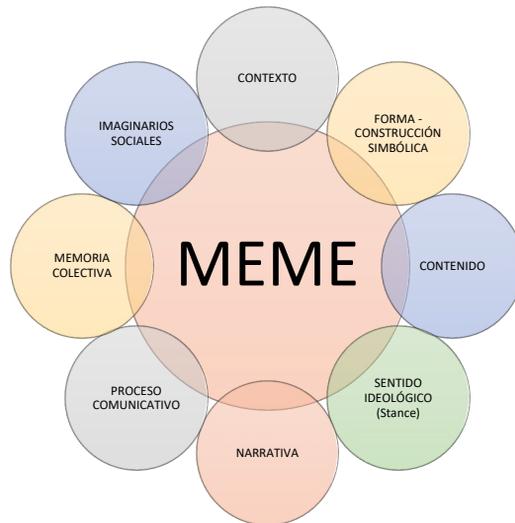
² Coronavirus Gobierno de México: <https://coronavirus.gob.mx/2020/02/29/conferencia-29-de-febrero/>).

muestra total de memes recolectados es de 3,000, de los cuales se ha analizado una submuestra de 129 memes relacionados con la imagen de Hugo López-Gatell, muestra sobre la cual se ha realizado el análisis del presente estudio. El criterio de selección de las imágenes analizadas está centrado en la aparición o alusión mediante imagen y/o texto del funcionario público.

Metodología de análisis

Para realizar el análisis de la muestra de memes seleccionada, se construyó un modelo metodológico expresado en el siguiente gráfico (Figura 1):

Figura 1.
Modelo de análisis sociocultural del meme, 2020



El modelo que se propone tiene fundamentos teórico-metodológicos basados en diversos autores que han investigado y propuesto a su vez, categorías de análisis para cada uno de los conceptos clave representados en el modelo y que sirven para emprender un análisis sociocultural orgánico del fenómeno del meme.

El meme está literalmente construido y constituido por elementos que provienen o que dan forma a su expresión, desde las distintas esferas, que están divididas en tres grandes categorías de análisis:

1. Categorías de análisis interpretativo: forma, contenido, posición ideológica (*stance*)

- Se trata de la Interpretación formal (construcción simbólica), de contenido y de posición ideológica (*stance*) (Shifman, 2009, 2011, 2013), y definida en términos de valores críticos, acrílicos, positivos o negativos, en términos políticos, morales y éticos.
- La construcción simbólica se analiza en términos semióticos, identificando los simbólicos expresados con la imagen y texto, permite hacer una interpretación semántica de dichos elementos formales de dimensión simbólica e intertextual (Peirce, 1988, 1986; Eco, 1988; Sebeok, 1996; Kristeva, 1980).

2. Categorías de análisis sociosemiótico: imaginarios sociales, memoria colectiva, esferas sociosemióticas:

- Se trata de la descripción de elementos procedentes de esferas sociosemióticas (semiósfera) (Lotman, 1976, 1979, 1998) conformadas por la memoria colectiva y los imaginarios sociales (Castoriadis, 1975; Simondon, 2013). Se incluyen aquí los procesos comunicativos, entendidos como mecanismos y lugares propios de la comunicación mediática: plataformas digitales, redes sociales, sitios web, medios de comunicación electrónicos; y los procesos comunicativos sociales: emisor, mensaje, recepción (Jakobson, 1981, 1992), consumo, producción, circulación, difusión, resignificación.

3. Categorías de análisis narrativo y de contexto:

- El sentido y el devenir narrativo del meme queda determinado por la influencia del contexto local y global, en términos socioculturales y limitados en tiempo y espacio geopolítico (cronotopos sociopolíticos y socioculturales, Bajtín, 1987). Fuera de estos cronotopos, el sentido del meme puede cambiar. La narrativa a su vez vehicula dentro del contexto, y se manifiesta de manera cronológica, asincrónica, intertextual, hipermedia o transmedia (Jenkins, 2008, Scolari, 2013).

El modelo se implementó a través de la siguiente plantilla y la muestra de 129 memes fue revisada mediante la siguiente matriz de análisis (Figura 2).

Figura 2.

Plantilla para aplicación del Modelo de análisis del meme

| Plantilla del Modelo de análisis interpretativo del meme político | | | |
|---|--|---|---|
| Caso: | | Fecha: | |
| Contexto | Pandemia en Mx. Momentos significativos de los memes- Fases | | |
| Imaginario(s) social(es) culturales y Memoria colectiva | Referentes de los imaginarios colectivos y la memoria colectiva: Héroes populares Mediáticos _____ Historia de México _____ Historia Mundial _____ Personajes religiosos _____ Otros: _____ | Forma (Construcción simbólica) | Iconos: Símbolos: Función semiótica-retórica: (Humor: cita, referencia, parodia, remix, ironía, alegoría, analogía, catacresis, juxtaposición, metáfora, metonimia, parodia, pastiche, simulación, sinécdoque) |
| | Esferas sociosemióticas 1. Política __ 2. Religión __ 3. Ciencia __ 4. Arte __ 5. Deporte __ 6. Salud __ Otra: _____ | Contenido (tema(s) central(es)) <u>CATEGORÍAS SEMÁNTICAS</u> | <u>PERSONAJE</u> <input type="checkbox"/> <u>HÉROE</u> <input type="checkbox"/> <u>CURSH</u> <u>OTRO(S):</u> _____ <input type="checkbox"/> <u>RELACIÓN CON LA PRENSA</u> <input type="checkbox"/> <u>SANTO (o CONNOTACIONES RELIGIOSAS)</u> <input type="checkbox"/> <u>RELACIÓN CON OBRADOR</u> <input type="checkbox"/> <u>MANEJO DE LA PANDEMIA</u> <input type="checkbox"/> <u>QUEDATE CASA</u> <input type="checkbox"/> <u>CUBREBOCAS</u> <u>CIENCIA</u> |

| | | | |
|------------------------------|--|------------------------------|---|
| | | | OTRA CATEGORÍA _____ |
| Proceso Comunicativo y medio | Redes sociales: Whatsapp: | Posición ideológica (stance) | Crítico: <input type="checkbox"/> Acrítico: <input type="checkbox"/> Positivo: <input type="checkbox"/> Negativo: <input type="checkbox"/> |
| Narrativa | Eje narrativo (línea temática): _____ Transmedia (forma parte de una serie narrativa con un eje temático): Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Cuál? Intertextualidad narrativa (Función Intertextual: (temas centrales asociados en el meme) | | |
| Observaciones | Interpretación ideológica: | | |

PRINCIPALES HALLAZGOS

Tras realizar el análisis del total de memes compilados (129) sobre el Dr. Hugo López-Gatell, hemos encontrado varios datos interesantes. Explicaremos una a una las categorías de análisis que describimos en la matriz inicial. Tomaremos los aspectos más destacados para cada categoría y mencionaremos los cruces con otras variables que integran nuestro modelo teórico-metodológico, lo cual nos ayuda a comprender mejor la función del total de los memes compilados y analizados.

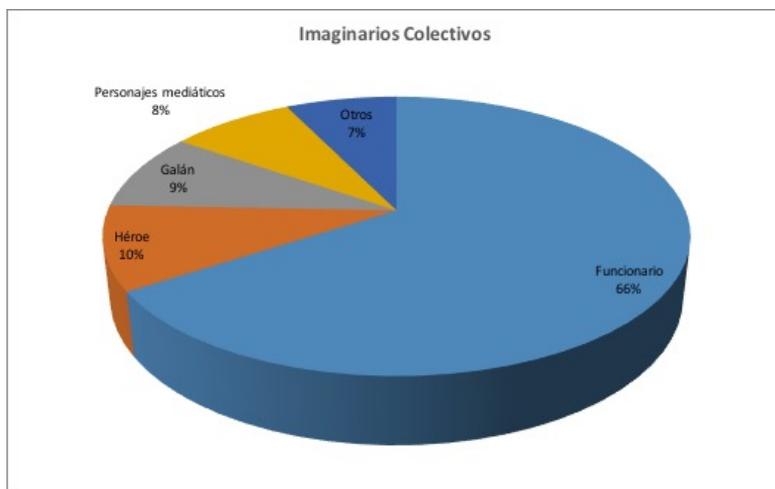
Imaginarios sociales (colectivos)

El primer punto para analizar son los imaginarios sociales que se perciben a través del mensaje del meme. Dentro de este concepto, comenzaremos con los referentes a los que se apela en dichos imaginarios. El primer referente es su rol como funcionario a cargo de la pandemia, el cual aparece íntegro en dos terceras partes de los memes revisados. Sin embargo, cuando al personaje se le resignifica, aparecen otros imaginarios relevantes como un posible papel de héroe, donde aparecen personajes de ficción de películas de acción que lo vinculan con el rol del funcionario que está al frente de una crisis que representa situaciones de vida o muerte.

Destaca también otro imaginario social que aparece con recurrencia, el galán, donde los personajes que se vinculan con el funcionario de salud son un cantante de rock o el

expresidente Enrique Peña Nieto, quien también gozó de popularidad gracias a su atractivo físico.

Figura 3. Imaginarios sociales (colectivos) de los memes sobre Hugo López-Gatell



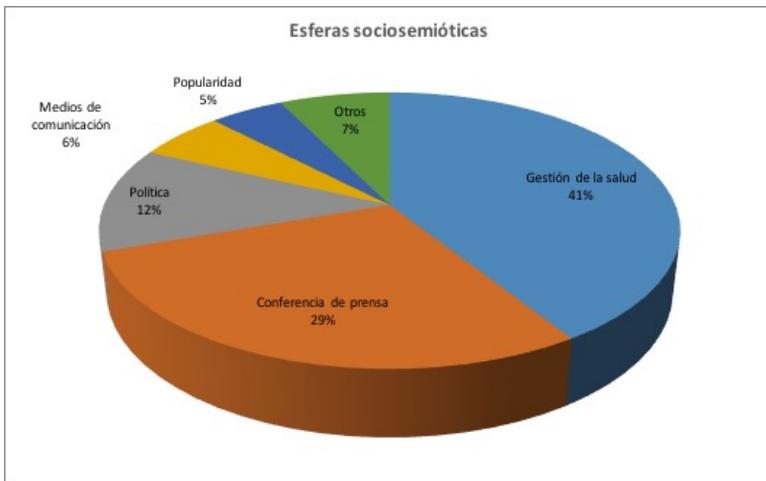
Esferas sociosemióticas

En el estudio encontramos tres esferas sociosemióticas que destacan por encima de las demás. La más notoria es la propia gestión de la pandemia, la cual se vincula de manera directa con su carácter de funcionario.

Otra cuestión que destaca, sin lugar a duda, la relación con la prensa y los medios de comunicación, en la cual se presentaron momentos complicados, como el llamado de TV Azteca a desobedecer el confinamiento o las preguntas mal formuladas que se hicieron durante las conferencias de prensa.

Una tercera esfera que destaca es el ejercicio de la política pública, en la cual sobresalen varios memes donde se contrasta la voz de López-Gatell llamando al “quédate en casa” con las acciones del presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador al inicio de la pandemia, quien, en sentido opuesto, aparecía en actos públicos masivos o llamaba a seguir la vida pública para estimular la economía local.

Figura 4. Esferas sociosemióticas de los memes sobre Hugo López-Gatell



Construcción simbólica

En lo referente a la construcción simbólica, encontramos una gran variedad de recursos en la composición de los memes; sin embargo, se acudió principalmente a simbolizar a través de aspectos que denotan aspectos intelectuales, destacando dos eventos que fueron elevados a este nivel comunicativo: el momento en el que el subsecretario trató de explicar su procedimiento metodológico, al expresar que “es un error metodológico suponer que sólo se ve lo que existe y al revés” (Deutsche Welle, 2020); o bien, aprovechar el momento en el que el funcionario de salud hace dudar de una pregunta a una reportera, situación que generó innumerables memes que fueron llevados a cuestiones de conocimientos de sociología, psicología, física, etcétera.

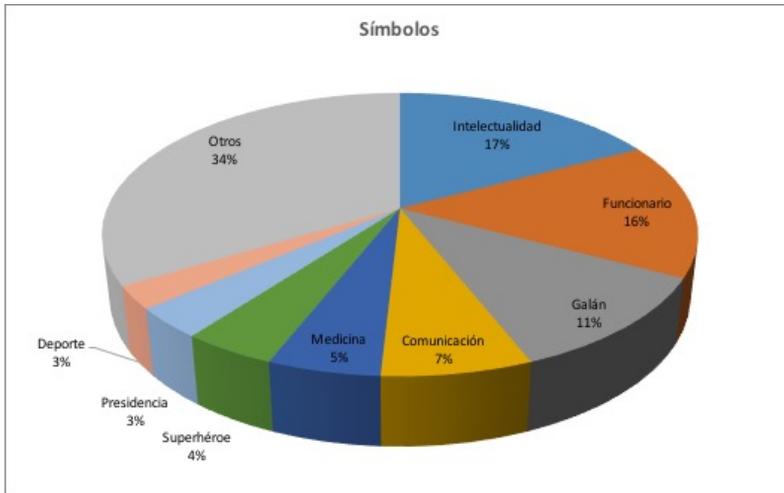
También hubo una gran cantidad de figuras retóricas empleadas, en las que destacaron las humorísticas, en especial, la ironía y la parodia, en la cual solía tomarse escenas de películas (como *The Avengers*) o programas de televisión (como *Los Simpson*) para transferirlos a la crisis del Coronavirus en México.

Sobre los contenidos, aparecieron una gran cantidad de personajes que, bien pueden acompañar al subsecretario en los memes o se usaron para parodias o analogías, entre los que destacan superhéroes como el Dr. Strange, Capitán América, Ant-Man o Superman; los personajes de la serie animada *Los Simpson* y otros personajes de ficción.

Es de llamar la atención que, dentro de los personajes no ficticios, fueron los reporteros de las conferencias de prensa los más presentes en los memes. En menor medida, pero también

digno de destacarse, están los mensajes en los que también aparece el presidente de la República, generalmente colocado en contraposición a los mensajes públicos de López-Gatell.

Figura 5.
Construcción simbólica en los memes sobre Hugo López-Gatell

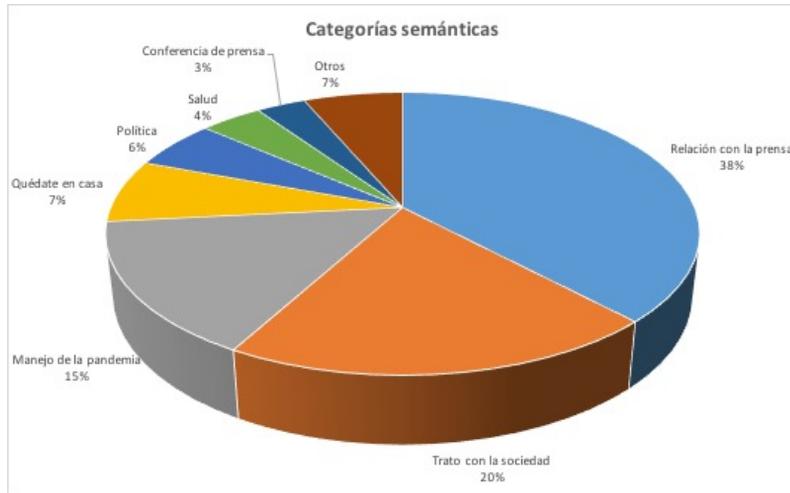


Categorías semánticas

Son relevantes tres categorías semánticas: la relación con la prensa del funcionario, los mensajes directos a la sociedad y la gestión de la pandemia. En cuanto a la primera, el escenario de la conferencia de prensa fue recurrente, así como las controversias que se suscitaron con algunos periodistas como Javier Alatorre de TV Azteca o Sarahí Uribe, reportera de *El Sol de México*.

Sobre el tema de la relación con la sociedad, destaca el carisma generado por la atracción física del personaje, así como sus constantes llamados a quedarse en casa y las implicaciones que tienen en la sociedad misma. Es de llamar la atención que, dentro de los memes sobre la gestión de la pandemia, se hace mofa constante a una nueva extensión de la cuarentena y las medidas de sana distancia promovidas por el subsecretario.

Figura 6.
Categorías semánticas en los memes sobre Hugo López-Gatell



Posición ideológica

Finalmente, en cuanto a la posición ideológica que toman los memes, cerca del 70 por ciento tienen un tono acrítico y positivo para el funcionario. Sin embargo, es de destacar que los temas donde se le critica de forma negativa es el manejo de la pandemia, el falseo de información, la relación con López Obrador, es decir, todos temas políticos.

También existe un 19 por ciento de memes que tienen un tono crítico que le resulta positivo a López-Gatell, donde encontramos temas como la ya mencionada controversia con TV Azteca, la crítica de algunos líderes de opinión a sus políticas públicas, así como sus declaraciones sobre las cuestiones metodológicas en la medición de casos en la pandemia.

Con estos resultados obtenidos en el análisis, podemos inferir que la mayoría de los memes dan una imagen positiva de López-Gatell, colocándolo como héroe, en ocasiones hasta superhéroe, un personaje de atractivo físico cuya popularidad fue creciendo gracias al manejo de los momentos complicados en las conferencias de prensa y la relación con los medios de comunicación. El punto más débil de la imagen del subsecretario en los memes son las contradicciones discursivas con el presidente de la República, así como las dudas que generaba sus informes, resultados y previsiones.

CONSIDERACIONES FINALES.

El análisis de una muestra significativa de memes que han circulado sobre el Subsecretario de Salud, Hugo López-Gatell, realizado sobre una muestra de 129 memes publicados durante los primeros seis meses de la pandemia en México (del 29 de febrero al 15 de julio de 2020), brinda valiosas lecciones sobre el papel que tienen los ciudadanos al momento de intervenir y construir una imagen pública y una narrativa sobre el papel político de un funcionario de gobierno.

En medio de un contexto de desinformación, los memes son un vehículo de escritura, lectura y construcción simbólica, que permite a los ciudadanos expresarse y establecer ejes narrativos e interpretativos sobre fenómenos socioculturales complejos, como los generados por la pandemia del coronavirus, en este caso, sobre un funcionario público que se erigió como la cabeza al mando de la gestión de la crisis sanitaria en México.

A través del humor como vehículo sociocultural compartido e ingrediente fundamental del meme, los ciudadanos han hecho una construcción positiva del funcionario público Hugo López-Gatell, caracterizándolo como un hombre atractivo, un galán, y como un héroe o superhéroe a través de la articulación de diversos imaginarios sociales, culturales y mediáticos.

De esta forma, podemos observar cómo la ciudadanía que participa en la producción, consumo, resignificación y difusión de memes, construye ejes narrativos claros sobre la imagen pública de un funcionario, como la figura del héroe, el galán, la relación con la prensa o sobre su papel en la gestión política y sanitaria de la pandemia.

Se observa que la construcción simbólica, expresada a través de estos ejes narrativos participan, a su vez, de una cultura hipermedia, transmedia e intertextual, donde la apropiación de contenidos y el anonimato se convierten en valores fundamentales, otorgando a los memes un estatus alternativo e incluso contestatario.

El análisis sociocultural del meme político realizado en este estudio demuestra también el papel que tienen las plataformas digitales y redes sociales como WhatsApp y Facebook en la construcción discursiva crítica o acrítica de la opinión pública ciudadana, como espacios alternativos para la libertad de expresión y la resistencia cultural.

Los memes son objetos culturales cuyo sentido puede ser volátil y la interpretación puede estar anclada a un contexto sociocultural e histórico específico, como es el caso analizado. Durante los primeros seis meses en los que se aplicó el análisis, encontramos que la construcción simbólica de Hugo López-Gatell a través de los memes, en resumen, fue positiva. Es destacable que, durante seis meses, un funcionario público a cargo de una situación tan compleja como la emergencia sanitaria causada por la pandemia, y expuesto cotidianamente a una conferencia de prensa y el escrutinio público, encuentre una opinión favorable sostenida durante tanto tiempo a través de los memes. Sin embargo, en un contexto sociocultural cambiante, tanto en la realidad impuesta por la evolución de la pandemia, como por el propio dinamismo de la opinión pública y mediática, la imagen del funcionario construida a través de los memes, después del periodo

analizado, ha podido cambiar. Sin embargo, dado el corte temporal necesario para realizar este trabajo, dichos cambios no se pueden observar en este estudio.

A pesar del corte, el presente estudio brinda un camino de análisis futuro sobre el mismo objeto de estudio en cortes de tiempo adicionales para el año 2020 y posteriores. Es probable encontrar cambios significativos, dado el extenso ciclo informativo de la pandemia y la posición del funcionario frente a ella, quien sigue en su cargo y realizando conferencias de prensa diarias hasta finales de 2020.

Es importante considerar que la lectura, relevancia y trascendencia de un meme o un conjunto discursivo de ellos, dependerá de un contexto sociocultural e histórico de producción y lectura determinados. Sin embargo, el modelo implementado en esta investigación es replicable, y permitió generar un análisis sociocultural preciso sobre un fenómeno complejo, en el marco de la infodemia provocada por la crisis sanitaria del Coronavirus en México. Las lecciones del presente estudio también son teórico metodológicas, ya que el meme impone retos analíticos complejos, que obligan a construir modelos más orgánicos de análisis en escenarios socioculturales y mediáticos emergentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Bajtín, M. (1987). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento, el contexto de Francois Rabelais*. Alianza Editorial.
- Barthes, R. (1977). *Image-music-text*. Fontana.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Kairós.
- Camarena, M. (2019). Socio semiótica del espacio urbano. Meta espacio, meta lenguaje: mito espacio. *Sociosemiótica y cultura Principios de semiótica y modelos de análisis*. Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Knobel, M., y Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. En *A new literacies sampler* [en línea]. Peter Lang. <http://literacyandtech.pbworks.com/f/Text.pdf#page=11>.
- Castaño, C. (2013, enero-junio). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *CES Psicología*, 6(1), pp. 82-104.
- Castoriadis C. (1983). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets.
- Castoriadis C. (1997). El imaginario social instituyente. *Zona Erógena*, (35). <https://bit.ly/1GzeGJl>.
- Chagas, V. (2018). Entre criadores e criaturas: uma investigação sobre a relação dos memes de internet com o direito autoral. *Fronteiras. Estudos mediáticos*, 20(3), pp. 366-377.
- Chandler, R. (2013). Meme world syndrome: A critical discourse analysis of the First World problems and Third World success Internet memes [Tesis de maestría]. University of Central Florida, Estados Unidos.
- Cuevas, L. H. (2020). El “efecto Kuleshov”. En torno a la axiomática de la imagen. En *Visualidad totalizante*. Editorial Abismos.

- Dawkins, R. (1993). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Salvat.
- Deleuze, G. (2005). *Lógica del sentido*. Paidós.
- Deutsche Welle. (2020). Secretaría de Salud de México: cifra de contagios es “ocho veces mayor de lo que se ve”. *Deutsche Welle*, 9 de abril de 2020. <https://www.dw.com/es/secretar%C3%ADa-de-salud-de-m%C3%A9xico-cifra-de-contagios-es-ocho-veces-mayor-de-lo-que-se-ve/a-53070806>.
- Eco, U. (1984). *Semiotics and the philosophy of language*. Macmillan.
- Eco, U. (1988). *Signo*. Lumen.
- Gobierno de México. (2020). Conferencia 29 de febrero. Consultado en <https://coronavirus.gob.mx/2020/02/29/conferencia-29-de-febrero/>
- Lafuente, J. (2020). México confirma primer caso de coronavirus en el país. *El País*, 28 de febrero de 2020. https://elpais.com/sociedad/2020/02/28/actualidad/1582897294_203408.html.
- González, E. M., Figueroa, J. E., y Meyer, J. (2019). Los memes y la política ¿por qué algunos memes se vuelven virales y otros no? *Revista científica de información y comunicación*, 16, 579-613.
- Hine, Ch. (2004). *Etnografía virtual*. Editorial UOC
- Jakobson, R. (1960). Closing statement: Linguistics and poetics. En T. Sebeok (Ed.), *Style in language* (pp. 350-377). MIT Press.
- Jakobson, R. (1981). *Ensayos de lingüística general*. Seix Barral.
- Jakobson, R. (1992). *Arte verbal, signo verbal, tiempo verbal*. Fondo de Cultura Económica.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Jakobson, R. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. The MIT Press.
- Kristeva, J. (1980). *Word, dialogue, and novel. Desire in language: A semiotic approach to literature and art*. Columbia University Press.
- Lotman, I. (1976). *La semiósfera I. Semiótica de la cultura y del texto*. Selección y traducción del ruso por Desideiro Navarro. Universitat de Valencia / Frónesis-Cátedra.
- Lotman, I. (1979). *Semiótica de la Cultura*. Cátedra.
- Lotman, I. (1998). *La Semiósfera II*. Cátedra.
- Miranda, A. (2014). *El imaginario social bajo la perspectiva de cornelius castoriadis y su proyección en las representaciones culturales de cartagena de indias*. Universidad de Cartagena, Facultad de Ciencias Humanas.
- Mosquera, A. (2009, septiembre-diciembre). La semiótica de Lotman como teoría del conocimiento. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento* 6(3), 63-78.
- OMS (Organización Mundial de la Salud). (2020). “COVID-19: cronología de la actuación de la OMS”. <https://www.who.int/es/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19>.
- Paulín, G. (2016). Entrevista realizada por Margarita Camarena Luhrs. Ciudad de México, 17 de septiembre, 2016. En J. Horta, G. Paulín, y G. Flores. (2019). Socio semiótica del espacio

urbano Meta espacio, meta lenguaje: mito espacio. *Sociosemiótica y cultura Principios de semiótica y modelos de análisis*. México: Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México.

Peirce, C.S. (1932). *Collected Papers*. Cambridge.

Peirce, C.S. (1988). *El hombre, un signo*. Crítica

Peirce, C.S. (1986). *La ciencia de la ciencia semiótica*. Nueva Visión.

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Sebeok, T. (1996). *Signos: una introducción a la semiótica*. Paidós.

Secretaría de Salud. (2020). México está para enfrentar coronavirus. Gobierno de México.

<https://www.gob.mx/salud/prensa/033-mexico-esta-preparado-para-enfrentar-coronavirus-2019-ncov>.

Shifman, L. (2011). An anatomy of a YouTube meme. *New Media & Society*, 14(2), 187-202.

Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18, 362-377.

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

Shifman, L., y Thelwall, M. (2009). Assessing global diffusion with Web Memetics: The spread and evolution of a popular joke. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(12), pp. 2567-2576.

Simondon, G. (2013). *Imaginación e invención*. Cactus.

Stiegler, B., y Norman, B. (2014). *Symbolic misery*. Polity Press.

Wiggins, B. E. (2019). *The Discursive Power of Memes in Digital Culture. Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. Taylor & Francis.

Varis, P., y Blommaert, J. (2015). Conviviality and collectives on social media: Virality, memes, and new social structures. *Multilingual Margins*, 2(1), 31-45.

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

Zanette, M. C., Blikstein, I., y Visconti, L. (2018, mayo-junio). Viralidade intertextual e repertórios vernaculares: memes da internet como objetos conectando diferentes mundos on-line. *Revista de Administração de Empresas*, 59(3), pp. 157-169.

Zuboff, S. (2020). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier o*