

Presentación

Presentation

MARÍA ELENA BITONTE

(pág 13 - pág 21)

MARÍA ELENA BITONTE es docente e investigadora de Semiótica y alfabetización académica en los niveles de ingreso, grado y posgrado universitario de la Universidad de Buenos Aires y la Universidad Nacional de Moreno. Es miembro de la Comisión Directiva de la Asociación Argentina de Semiótica. Autora de libros, capítulos, materiales didácticos y artículos especializados en semiótica, procesos de mediatización, análisis del discurso, pedagogía de la lectura y la escritura académicas y géneros de graduación. Correo electrónico: mbitonte@sociales.uba.ar

Una de las críticas más rotundas a los enfoques lineales de la comunicación ha sido la Teoría de Los Discursos Sociales, de Eliseo Verón (1993), perspectiva basada en la descripción de las condiciones de producción, circulación y reconocimiento de los fenómenos sociales, a partir de las trazas que este proceso deja en sus materializaciones discursivas. Con las mutaciones que trajo el cambio de siglo, Verón (2001, 2013) comenzó a insistir en que la llegada de Internet exigía replantearnos el problema de la circulación del sentido. Este número, aborda un ejemplar típico del campo de la circulación que permite identificar los síntomas de este proceso de cambio: el meme de internet.

"Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización" inaugura la Serie de *deSignis, Circulaciones*, dirigida por Gastón Cingolani y que coordinamos en colaboración con Carlos Scolari y un estupendo equipo de docentes investigadores de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA: Nicolás Canedo, Ariel Gurevich, Laura Siri y Verónica Urbanitsch (entre nosotros, los Memióticos). Scolari, mentor de esta edición, fue un adelantado en plantear la importancia de un diálogo entre la semiótica y la memética, nada menos que en el número 1 de la revista *deSignis*, dedicado a la moda, allá por el año 2001. Vincular la moda con la forma de propagación de los memes fue no sólo un gesto inaugural sino la visión de alguien que supo vislumbrar el rumbo al que se dirigía la mediatización.

Réplicas remixadas de la cultura popular, interpretantes agudos de nuestra vida social, críticos feroces de la actualidad política, espacios de encuentro y conversación, antidotos gratuitos contra la angustia y el tedio durante la pandemia del COVID-19, agentes sospechosos de inocular ideas virales, los imemes son un género de la comunicación digital que, pese a su aparente trivialidad encierra un enorme poder discursivo. De ahí que han concitado la atención de estudiosos desde los más diversos enfoques: biológicos, antropológicos, culturales, comunicacionales, políticos, bio-políticos, semióticos y discursivos. Hemos tenido la satisfacción de recibir para esta ocasión, contribuciones de destacados especialistas de la Argentina (Buenos Aires, Córdoba, Jujuy, Rosario-Santa Fé, San Luis), Latinoamérica (Brasil, México, Uruguay) y Europa (España, Francia, Italia), con

exposiciones que atraviesan los ejes principales de los debates actuales sobre la relación memes, transformaciones tecnológicas y socio-culturales, mutaciones en la mediatización y complejidad de la circulación.

Vamos a situar primero, algunos núcleos problemáticos relativos a la caracterización de los memes y los desafíos epistemológicos que nos plantea su abordaje para entender qué es lo que justifica, en el contexto socio-cultural actual, dedicarles nuestra atención en una revista de semiótica. Empecemos por una aclaración terminológica. Cuando hablamos de imemes nos referimos a los memes de internet. “Imeme” es una expresión acuñada en 2015, por uno de los autores que colaboran en este número, José Vélez Herrera, para diferenciar los memes no digitales de los memes que circulan en Internet. Esta definición ya nos anticipa una primera cuestión problemática y es si los memes son una novedad que trajo la Red o un fenómeno más antiguo. Tengamos en cuenta que en su concepción original –sobre la que volveremos luego– Richard Dawkins extendió el alcance de los memes a todo fenómeno capaz de replicarse saltando de un cerebro a otros. Por ejemplo, determinadas ideas, consignas, formas de fabricar instrumentos, modas y tonadas pegadizas que se propagan en el acervo cultural mediante un proceso de imitación. Así, por caso, cuando un científico recibe una buena idea, la transmite a otros, la reproduce en sus trabajos y la idea sobrevive (Dawkins, 2002, p. 348).

Las primeras presencias meméticas en entornos virtuales se registraron en los `90, con formatos incipientes como “Dancing Baby” o “Baby Cha-Cha”. Poco a poco los imemes se nos impusieron como destinatarios legos, hasta que a mediados de los 2000, atraparon nuestro interés como analistas. Finalmente, en medio del fragor creciente de las redes sociales, estos “héroes de WhatsApp” (Escudero, 2020) eclosionaron en los medios de redes sociales, potenciados por las condiciones impuestas por la pandemia del COVID-19. Una vez instalados en la resonante saga de narrativas hipertextuales que acompañan nuestro día a día, comenzaron a circular ampliamente en distintas direcciones, de los medios basados en Internet hacia los masivos, de estos a los medios de Internet y en el interior de cada sistema (cfr. Fraticelli, en este número). Actualmente existe una profusión enorme de libros, artículos, foros académicos, cursos, unidades de programas escolares y universitarios, plataformas temáticas agregadoras de memes de toda índole; sitios generadores de imemes (Canva, Make a Meme, Memebase, Meme Creator, Cheezeburger, Quickmeme); reservorios enciclopédicos (<http://knowyourmeme.com/>); todo un merchandising de productos, camisetas, tazas, souvenirs ¡y hasta licenciaturas en memes..!

Especie rampante de las plataformas de redes sociales sólo comparable, por su alcance y velocidad con otro género ancestral e irresponsable, el rumor ¿por qué sería importante tomarlos en serio? No porque sean graciosos, embarazados, infecciosos o representativos, sino por las características singulares de su operatoria, que se puede resumir semióticamente, en tres dimensiones (Bitonte y Siri, 2022), todas igualmente importantes. En primer lugar, los imemes tienen una extraordinaria capacidad para ilustrar emociones, reacciones e ideas de los más variados ámbitos de la vida social, desde la política, la economía, la información, la cultura y el espectáculo, hasta las más anecdóticas y banales de la vida cotidiana, exhibiendo un minimalismo descomunal en la visualización de detalles, especialmente kinésicos y proxémicos¹. En segundo lugar, los imemes poseen un enorme poder para señalar sucesos que por alguna razón resultan significativos para una comunidad o colectivo. De ahí que cada vez que sucede algo extraordinario, novedoso,

grave, inquietante o fuera de lo común, surgen imemes para indicarlo. Pero no solamente, sino también para subrayar lo insólito o el sinsentido como parte de nuestra vida. Esto se potencia con la función fática o de contacto, que activa espontáneamente cascadas de circulaciones en las que los memes son replicados, gustados, comentados, compartidos, manipulados y propagados. Es decir que son a la vez, marcadores de relevancia social y operadores de contacto entre sujetos, en lo que podemos nombrar, con Gurevich, la “cadena metonímica del agrado” (Gurevich, 2018). Y en tercer lugar, los imemes tienen la capacidad de generar no sólo sus propios códigos de interpretación, sino también sus patrones de acción². Como afirma Escudero, “[l]a recepción produce un hábito de interpretación, lugar por excelencia de la terceridad” (2018, 116). Dicho en otros términos, los imemes conllevan una *consigna de participación* (Canedo y Urbanitsch, 2024) o contraseña (*shibboleth*, Apter, 2019, p. 1), es decir, una clave de acceso, práctico y conceptual. Quien los recibe sabe qué hacer, no necesita instrucciones ni rúbricas extorsivas como las cadenas de rezos o los pedidos solidarios: el imeme se comparte. Pero quien no tiene la clave, queda afuera³. Es esta misma condición la que consolida espacios de gustos y afinidades (Lankshear y Knobel, 2019). Son estas tres dimensiones las que los vuelve interpretantes idóneos de los fenómenos sociales, tornándose, en un mismo gesto, productores de memoria cultural y de contacto, las dos grandes operaciones que materializan las relaciones sociales del proceso de la mediatización (Cingolani, 2021).

Nos vamos a detener ahora en algunos de los lugares comunes y obstáculos epistemológicos que encontramos en los campos de la producción y la divulgación del conocimiento disciplinar. No cabe duda de que la proximidad con el objeto nos enfrenta al primer problema para su abordaje: no tenemos la misma distancia crítica que tuvimos respecto de otros fenómenos mediáticos históricos que, además, cuentan con una larga tradición de estudios acreditados. Y esto, con dos agravantes: por un lado, la dificultad de discriminar, entre la profusión de escritos académicos, pseudoacadémicos y no académicos que circulan en torno a los memes, cuáles son los válidos y cuáles no, y por otro costado, la necesidad de evaluar los marcos teóricos y herramientas conceptuales de más larga data que, aunque demostraron su eficacia en objetos históricos, deben volver a ponerse a prueba, recrearse o descartarse y reemplazarse por otros.

Otro inconveniente en el estudio de los memes es que la mayor parte de las aproximaciones están sesgadas por una marca de origen, que es la filiación con el neoevolucionismo de Dawkins (cfr. Laura Siri, en este número). Dawkins (2002) equipara la evolución cultural con cierta idea de la evolución biológica, basada en la premisa de la replicación de información. De ahí la analogía con los genes: lo que el biólogo bautizó como ‘memes’, se define como una unidad mínima de información que se transmite por imitación. De modo tal que los memes serían, respecto al proceso evolutivo cultural lo que los genes son al proceso de evolución biológica. La supervivencia de estas entidades depende, según su visión, de tres aptitudes fundamentales de las copias: fidelidad (replicación), fecundidad (multiplicación) y longevidad (persistencia). Este enfoque marcó la tendencia dominante de la investigación científica y la divulgación sobre memes, por lo que su estudio quedó mayormente ligado a visiones representacionistas, reproductivistas, deterministas y lineales de la comunicación y la cultura. Una muestra de ello, sin ir más lejos, es la definición de meme de la RAE, incorporada en 2018⁴. Nos detenemos en ella porque deja ver algunos de los nudos problemáticos centrales en su conceptualización: 1) el énfasis en la imitación,

2) la comunicación como transmisión de información, 3) la inflación de lo risible y 4) un factor de ambigüedad sobre la materialidad o inmaterialidad de los memes. Notemos:

MEME: Del ingl. meme, palabra acuñada en 1976 por R. Dawkins, biólogo inglés, sobre el modelo de gene 'gen' y a partir del gr. μίμημα mímēma 'cosa que se imita'.

1. m. Rasgo cultural o de conducta que se transmite por imitación de persona a persona o de generación en generación.
2. m. Imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet.

La primera acepción hace derivar la etimología del término, directamente de la teoría de Dawkins. En consecuencia, abona la concepción de los memes como copia de alguna realidad o idea original. Estrechamente ligada a esta visión se encuentra la segunda acepción del término, dominada por el sentido de la vista, que acota los memes a piezas visuales, audiovisuales o textuales. Tal enfoque, acentuadamente oculocéntrico, es solidario con una concepción reproductivista de la cultura, pasiva, del actor social y lineal de la comunicación. Naturalmente esta matriz ideológica genera, por añadidura, visiones apocalípticas de los imemes a los que se les atribuye el poder de reproducir noticias falsas y discursos tóxicos que vulneran la capacidad crítica de los receptores. Otro lugar común en el que cae la definición del diccionario es la inflación de lo risible. Lo caricaturesco aparece allí como un rasgo constitutivo, cuando en verdad, si bien es muy frecuente, es sólo facultativo en el género. No todos los memes son risibles. Por último, con respecto a su naturaleza material o inmaterial, la disociación entre las dos acepciones que propone la RAE recae en una ambigüedad irresuelta en gran parte de las aproximaciones a los memes y que bien advirtió Cannizzaro (2016): ¿qué es lo que replica un meme? ¿algo abstracto, como una idea o un contenido? ¿o su externalización en un soporte material? Dependiendo de cómo respondamos a esa pregunta, los imemes serán entendidos como meras réplicas de piezas visuales o como formas atemporales de mediatización de las ideas. Esta disyuntiva nos coloca ante dos cosmovisiones en pugna: la memética como parte del evolucionismo biológico y el modelo de la reproducción cultural vs. la memética como una de las formas de mediatización de la cultura, es decir, de la semiosis social.

Una dificultad adicional en el estudio de los imemes es la de conformar un corpus. ¿Cómo componer un corpus coherente y asible desde el punto de vista analítico, cuando se trata de un objeto constituido de materias significantes tan diversas (componentes lingüísticos, visuales, audiovisuales, sonoros, digitales, relacionales) y de contenidos semánticos tan diferentes? ¿Qué tan amplio debe ser? ¿Dónde recolectar imemes, teniendo en cuenta que muchos circulan en grupos privados y otros se escapan en su incontenible carrera de circulación hipermediática? ¿Conviene seguir un sentido sincrónico o diacrónico? Frente a estas dificultades, no podemos dejar de mencionar lo ejemplar y ordenadora que resulta, en este sentido, la exploración metódica que desplegó François Jost en su libro *Est-ce que tu mèmes? (Dígalo con memes)*. El artículo que se presenta en este número es una muestra de ese trabajo amplio y generoso que enseña cómo construir un corpus con criterios descriptivos claros para observar los rasgos constitutivos de los memes y sus disparidades respecto de otros géneros.

Adentrándonos en los artículos, podemos ver hasta qué punto logran superar las limitaciones señaladas a través de los recursos conceptuales y estratégicos de la semiótica. Luis Arango Pinto rescata el aporte de la teoría de la enunciación y de la narratología en un contexto de complejidad de la cultura posvisual. Su trabajo muestra en qué medida las nociones de polifonía, intertextualidad y transtextualidad siguen siendo operativas. María Fernanda Cappa, que se detiene en la descripción de los rasgos genéricos del meme y sus posibilidades lúdicas, revisitando el placer del coleccionista que comparte la conversación alrededor de estos nuevos objetos de consumo, con un lenguaje pleno de referencias culturales. En este contexto, el meme se vuelve exponente no sólo de una nueva discursividad de los medios conectivos sino también, insumo de la conversación social.

En este número aporta un discernimiento acerca de que los imemes surgen de la recreación de discursos previos bajo formas paródicas, de remix, collage, montaje y reversiones. Cada artículo abre interrogantes necesarios para reflexionar sobre su lenguaje y su singular circuito productivo, atendiendo sus emplazamientos (Facebook, TikTok, Twitter, Instagram, WhatsApp). En esta línea, Gabriele Marino reconstruye el explosivo derrotero de este nuevo modelo de producción caracterizado por una praxis cada vez más liberada en la que los memes se desprenden de sus plantillas, cobran autonomía, plasticidad, y conforman la materia principal de lo que se crea en línea. Así también, Damián Fraticelli, propone un método basado en niveles de observación, contemplando los condicionamientos de la interfaz, introduciendo la circulación del sentido entre el enunciador hipermediático y su colectivo, así como también, entre diferentes sistemas de medios. Y Juan Samaja se centra en la comicidad en los nuevos escenarios de la mediatización, tratando de elucidar si los memes que circulan por las redes sociales comparten configuraciones discursivas, retóricas y formales similares a las prácticas sociales precedentes.

El interés por los memes de Internet convocó a la formación de numerosos grupos de investigación que recorren las más variadas prácticas, escenarios y tensiones en los campos político, económico, mediático, cultural, artístico, pedagógico y comunitario. Rubén Biselli, Mariana Busso y Cecilia Echecopar, investigadores de la Universidad Nacional de Rosario, postulan que el análisis de la semiosis del meme de internet contribuye a orientar la intervención pedagógica en la medida en que permite visibilizar transformaciones ligadas a los procesos de la mediatización. Otras investigaciones también giran en torno al modo de producción de sentido de los imemes. El trabajo de Joaquín Moreira Alonso y Laura Sandoval, desde la Universidad de la República de Uruguay, describe las dinámicas de sucesivas remediaciones características de la circulación memética. Desde la Universidad Federal Fluminense de Brasil, Luiza Stefano y Viktor Chagas, coordinadores del proyecto #MUSEUdeMEMES, experiencia que los valoriza como agentes de memoria y cultura, detallan las características distintivas del lenguaje y los rasgos estéticos de los memes de Internet, destacando los procesos verbales, visuales y sonoros. Otro aporte para comprender la circulación memética es el trabajo de José Vélez Herrera y su equipo de colaboradores que, desde México nos traen un modelo de *masspersonal communication* que contempla las interacciones tanto con agentes humanos como IA.

Algunos artículos se adentran en los imemes como discursos de resistencia y crítica a determinados actores políticos o acciones gubernamentales. Y sin duda, el contexto de la pandemia COVID-19 ha sido un aglutinante de la atención. Varios de los artículos coinciden en señalar la capacidad que tienen los imemes para expresar

sentimientos y vivencias cotidianas, sobre todo en procesos de alarma social o enfermedad. Lucía Scalone y Claudio Avilés Rodilla aportan una lectura semiótica de los memes que circularon en Facebook, en Jujuy, destacando su rol aglutinante y polinizador de ideas y emociones que redefinieron los sentidos de la pandemia. Otro conjunto de estudiosos de la Universidad Federal de Santa María, Brasil, Aline Roes Dalmolin, Herivelton Regiani, Márcia Zanin Feliciani y Viviane Borelli, llevaron adelante una investigación acerca del poder y la resistencia que son capaces de generar los memes visuales. El corpus relevado de la red interpersonal WhatsApp es revelador de cómo el uso del humor y la comicidad deviene ejercicio crítico hacia al presidente Bolsonaro, en el contexto de la pandemia.

La sección Discusión cuenta con dos reflexiones que destacan la importancia del estudio de los memes para comprender la cultura digital y señalan aspectos nodales en los debates sobre el tema. Por un lado, la problemática del autor en la creación es traída por François Jost, en un texto que abre interrogantes indispensables para repensar la problemática, a la luz de los memes de Internet. ¿Es el meme un producto cultural anónimo o una creación original? ¿Puede considerarse objeto artístico? ¿Cuál es el estatuto de este nuevo fenómeno digital? Por su parte, el trabajo de Laura Siri, presenta un estado del arte que enfoca particularmente los modelos que obran como obstáculos epistemológicos. La autora postula que la memética de Dawkins carece de valor explicativo y se inclina por los estudios basados en la semiótica peirceana.

En la sección Perspectivas, Natalia Vera, dirigida por el semiólogo argentino, Claudio Lobo, explora, desde la perspectiva de los géneros discursivos, el fenómeno de los imemes en el contexto de las medidas gubernamentales de aislamiento social, preventivo y obligatorio, cuando las plataformas de comunicación a distancia se convirtieron en reservorios del lazo social.

La sección Puntos de Vista nos lleva al terreno de viralidad digital y las nuevas formas de participación en los procesos socio-culturales y políticos, con dos entrevistas: una de Carlos Scolari a Jorge Carrión, autor polifacético, editor, divulgador y crítico atento a los cambios culturales, quien reflexiona sobre la viralidad como un ecosistema cuyos mecanismos invita a desmontar para entender las transformaciones de nuestra época. La otra entrevista, realizada por Nicolás Canedo a Ryan Milner, uno de los académicos más acreditados en el estudio de los memes de internet, nos lleva a recorrer zonas íntimas del trayecto de sus investigaciones, para reflexionar sobre la índole de los memes, su crecimiento exponencial en nuestra vida social y los alcances políticos, culturales, educativos y éticos de la memeificación de los discursos sociales.

El número contiene, además, la reseña del libro de François Jost, *Est-ce que tu mèmes? De la parodie à la pandémie numérique*. París: CNRS, un ensayo magnífico y documentado sobre la vida de los memes de Internet, traducido al castellano en 2023, por Ariel Gurevich para La Crujía como *Dígalos con memes*.

Para terminar con una agenda de desafíos teóricos y metodológicos, lo primero es esclarecer la naturaleza de los imemes y diferenciarlos de otros fenómenos mediáticos. Los trabajos que integran este volumen muestran que, tras su aparente simplicidad, los imemes entrañan una complejidad semiótica enorme. Que son capaces de abarcar las esferas más variadas de nuestra vida social, de esquematizar ideas complejas en formas fáciles de incorporar y compartir, de aglutinar colectivos en torno a formas de sentir, de interactuar,

de interpretar los acontecimientos sociales. Que tienen un extraordinario sincretismo para personalizarse, ejemplificar, enunciar posiciones críticas y valores, para participar y propagarse en el flujo de la conversación colectiva en el complejo entramado de su circulación, potenciada hoy por la aceleración de la mediatización en la World Wide Web.

El otro desafío que se nos impone a los analistas es describir su semiosis, desmontar su operatoria. Con ese fin, es necesario evaluar qué herramientas teóricas usar y afinar los instrumentos metodológicos para precisar criterios de recolección, de observación y de descripción sin recaer en teorías reproductivistas o en el oscurantismo de la viralización digital, que relegan al sujeto a un rol pasivo. En este sentido, este número pone en valor la actividad creativa del actor social. Las nociones de discurso, operaciones, producción, circulación, reconocimiento, interpretante, dispositivo, interfaz, interacción, enunciación, mediatización, hipertextualidad, intertextualidad, parodia, polifonía, colectivos, género, estilo, autor, han mostrado que siguen siendo vigorosas. Potenciadas con las más contemporáneas de hipermediación, transmedialidad, interactividad, posvisual, hipermediatización, *mèmeur*, *memeificación*, concurren para demostrar que los imemes tienden más al modelo de la agencia que al de la representación, más al de la reapropiación creativa que al de la *mimesis*, más al de la inteligencia colectiva que al de la viralidad, renovando la significación en las sucesivas cadenas de circulaciones.

Retomamos, para cerrar esta presentación con un círculo virtuoso, la pregunta que planteaba Scolari en su reseña pionera de 2001 ¿Es posible un diálogo entre la semiótica y la memética? A lo que respondía:

"[E]stamos en presencia de dos maneras muy diferentes de tratar la circulación del sentido: de frente a la universalidad reivindicada por los teóricos de la memética -y a la impunidad con que muchas veces aplican la metáfora virósica o evolucionista a los fenómenos culturales-, la semiótica ofrece al investigador una serie de instrumentos sofisticados para la comprensión de algunos tipos de memes y, sobre todo, de sus procesos de difusión. Una mirada semiótica de los fenómenos meméticos, además, podría llevar un poco de orden a un campo donde se hace sentir la falta de una taxonomía -hay memes y memes- y la confusión tiende a reinar: no todo es meme" (Scolari, 2001, p. 320).

En conclusión, los memes de Internet forman parte del magma de nuevos géneros hipertextuales que demandan ser identificados, inventariados y caracterizados. Y la memética nos habla de un modo muy singular de circulación del sentido, dominante en nuestra sociedad de Red, y cuya descripción no corresponde dejar en manos de los Salieris de Dawkins. En este número asumimos este desafío.

Agradecemos a Lucrecia Escudero, por la confianza que nos dispensó al encomendarnos llevar adelante esta aventura, a María Teresa Dalmasso, responsables del Comité Editorial de la revista y a Gastón Cingolani, por acompañarnos a cada paso, a Carlos Scolari y su grupo de investigación MEDIUM del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra-Barcelona por su apoyo al presente número y a la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires por su patrocinio.

NOTAS

- ¹. Los imemes, particularmente, los *reaction* memes, ofrecen un catálogo de gestos que connotan posturas o *stances* (Shifman, 2014) a través de muecas del rostro (gusto, disgusto, duda, desconfianza, miedo, apatía, celos, satisfacción, rechazo, etc.). También esbozan una arquitectura de relaciones interpersonales, esquemas espaciales, cronológicos y jerárquicos que, por lo general, expresan oposiciones de valor binario y estereotipado (arriba-abajo, adentro-afuera, puesto y opuesto, grande-pequeño) con connotaciones ideológicas y de poder.
- ². Susan Blackmore (2000) cuenta un experimento realizado por Dawkins en el que se le pedía a un niño que hiciera un dibujo. Luego se le pedía a un segundo niño que copiara el dibujo del anterior y así a otros, sucesivamente. La serie de repeticiones mostró que entre el primer dibujo y el último no había parecido. Paralelamente se instruyó a un grupo de contraste para que, en lugar de copiar un modelo, un niño les enseñara a otros a hacer un origami. El resultado fue que, en la serie de repeticiones, los modelos fueron idénticos. ¿Por qué? Porque en lugar de imitar una figura, se replicaban instrucciones. Esto ejemplifica claramente la operatoria del meme en el sentido de que es menos una imitación de imágenes que la reapropiación de una consigna.
- ³. Los conocedores de Peirce habrán notado que esta síntesis corresponde a los tres registros categoriales de Peirce, cuya ventaja metodológica consiste en que ofrece un marco integral para ordenar la descripción general de los fenómenos en relación con tres niveles: afectivo/cualitativo, relacional/interaccional y cognitivo/normativo.
- ⁴. BBC News Mundo, 21 diciembre de 2018. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46653974>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APTER, E. (2019). Alphabetic Memes: Caricature, Satire, and Political Literacy in the Age of Trump. *October Magazine*, 170(4), 5–24. https://doi.org/10.1162/octo_a_00366
- BARTHES, R. (1987). *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*. Paidós.
- BITONTE, M. E. Y SIRI L. (2022). Mediatización de la pandemia a través de memes de internet. Construcción semiótica de espacios y temporalidades sociales. En *Interacciones mediatizadas: contactos y vínculos antes y durante la pandemia*, Libro digital del Centro de Investigación en Mediatizaciones. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. (pp. 128-160). <https://drive.google.com/file/d/1O-FucPLyBJVch2GHCr4k03M8d4gkEz1i/view>
- Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Paidós.
- CANEDO, N. Y URBANITSCH, V. (2024). Desde y hacia la política. Los memes de Internet en la nueva circulación de sentido sobre lo público. En M. R. del Coto (Ed.). *Medios y retomas III: reescrituras en tiempos de convergencia*. Biblos.
- CANNIZZARO, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies* 44(4), 562–586.
- CINGOLANI, G. (2021). ¿Qué se transforma cuando hay mediatización? En R. Biselli y S. Valdetarro (Eds.), *10 años del CIM en sus textos: estudios sobre mediatización*. (pp. 36-55). UNR Editora.
- DAWKINS, R. (2002). *El gen egoísta*. Salvat. (Trabajo original publicado en 1976)
- ESCUADERO CHAUVEL, L. (2020, 28 de marzo). Semiosis del tiempo suspendido. *Hipermediaciones*. <https://hipermediaciones.com/2020/03/28/semiosis-del-tiempo-suspendido/>

- (2018). Retrato de Eliseo Verón en joven semiólogo. *deSignis*, 29, 111-118.
- GUREVICH, A. (2018). *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales*. La Crujía. Colección Futuribles.
- JOST, F. (2022). *Est-ce que tu mèmes? De la parodie à la pandémie numérique*. CNRS.
- Lankshear, C. y Knobel, M (2019). Memes, Macros, Meaning, and Menace: Some Trends in Internet Memes. *The Journal of Communication and Media Studies*, 4(4), 43-57. <https://doi.org/10.18848/2470-9247/CGP/v04i04/43-57>
- PEIRCE, CH. S. (1987). *Obra lógico-semiótica*. Taurus.
- SCOLARI, C. (2001). Modas culturales. *deSignis*, 1, 318-322.
- SHIFMAN, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. MIT Press.
- VÉLEZ HERRERA, J. (2015). Influyendo en el ciberespacio con humor: imemes y otros fenómenos. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 35, 130-146.
- VERÓN, E. (1993). *La semiosis social*. Gedisa. (Trabajo original publicado en 1988)
- (2001). Conversación sobre el futuro. En *Espacios mentales. Efectos de agenda 2*. Gedisa
- (2013). *La semiosis social 2*. Paidós.