



El meme en plataformas mediáticas. Estilos discursivos, usos sociales y temáticas recurrentes del meme jujeño en facebook

## THE MEME ON MEDIA PLATFORMS. DISCURSIVE STYLES, SOCIAL USES AND RECURRING THEMES OF THE JUJEÑO MEME ON FACEBOOK

Avilés Rodilla, Claudio; Scalone, Lucía

 **Claudio Avilés Rodilla**  
claudiogaviles@fhycs.unju.edu.ar  
Universidad Nacional de Jujuy, Argentina

 **Lucía Scalone** luciascalone@fhycs.unju.edu.ar  
Universidad Nacional de Jujuy, Argentina

**Intersecciones en Comunicación**  
Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires,  
Argentina  
ISSN: 1515-2332  
ISSN-e: 2250-4184  
Periodicidad: Semestral  
vol. 1, núm. 16, 2022  
intercom@soc.unicen.edu.ar

Recepción: 26 Abril 2022  
Aprobación: 13 Mayo 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/216/2162506010/>

DOI: <https://doi.org/10.51385/ic.v1i16.147>

Esta obra está bajo una licencia Licencia Creative Commons  
Atribución-No Comercial Compartir Igual 4.0 Internacional



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-  
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

**Resumen:** El problema de investigación de este trabajo indaga en las páginas de la red social digital Facebook que se diseñan como agregadores de memes digitales, caracterizados por hacer confluír un conjunto relativamente discernible de estilos discursivos, tópicos y usos, atravesados, en este caso, por referencias ancladas en la jujeñidad. Desde una perspectiva de análisis micro de las mediatizaciones y con el aporte de la hermenéutica, se exploran y caracterizan rasgos predominantes en la construcción de significación de memes jujeños entendidos éstos como género y micro-discursos sociales. La unidad de análisis está comprendida por un conjunto de páginas-agregadores de Facebook, relevados durante el primer semestre de 2021, unificados en la tendencia de producir y/o agrupar memes que interpelan a la jujeñidad. El análisis permite discutir aquellas referencias asociadas a adscripciones identitarias, socioculturales y políticas ancladas en el contexto de la provincia de Jujuy, Argentina, desde los sentidos propuestos por la propia comunidad, en tensión con aquellos sentidos normativos y prefijados con los que los sectores hegemónicos asociaron históricamente el ser-local.

**Palabras clave:** memes, Facebook, jujeñidad, micro-discursos, mediatizaciones.

**Abstract:** THE MEME ON MEDIA PLATFORMS. DISCURSIVE STYLES, SOCIAL USES AND RECURRING THEMES OF THE JUJEÑO MEME ON FACEBOOK

**Keywords:** memes, Facebook, "jujeñidad", micro-discourses, mediatizations.

**Abstract:** The research problem of this paper investigates the pages of the digital social network Facebook that are designed as aggregators of digital memes, characterized by bringing together a relatively discernible set of discursive styles, topics and uses, crossed, in this case, by references anchored in "jujeñidad". From a perspective of micro analysis of the mediatizations and with the contribution of hermeneutics, predominant features are explored and characterized in the construction of meaning of Jujuy memes, understood as gender and social micro-discourses. The unit of

analysis is comprised of a set of Facebook pages-aggregators, surveyed during the first half of 2021, unified in the tendency to produce and/or group memes that challenge "jujeñidad". The analysis allows discussing those references associated with identity, sociocultural and political references based on the context of the province of Jujuy, Argentina, from the meanings proposed by the community itself. These meanings argue with those normative and predetermined meanings, with which the hegemonic sectors historically associated being local.

**Keywords:** memes, Facebook, "jujeñidad", micro-discourses, mediatizations.

## INTRODUCCIÓN

El modelo de plataformas digitales que se consolidó en los últimos años en Internet, despliega en la actualidad un complejo y reticular entramado de discursos sociales mediatizados que compiten por la atención de los usuarios. Dicho escenario resulta propicio para interpretar huellas o rasgos de la subjetividad y la socialidad, que a su vez permitirán trazar configuraciones culturales contemporáneas.

En dicho entorno de las plataformas digitales, Facebook se ha consolidado como la que aglutina el mayor número de sistemas de intercambios discursivos mediatizados, en virtud de las herramientas, espacios y servicios que habilita y la cantidad de usuarios mundiales que la utilizan. Facebook ha sobrepasado los límites de una red de relaciones y posiblemente pueda pensarse como un gran contexto social y cultural (Fernández, 2018).

Teniendo en cuenta la relevancia de dicho contexto y la complejidad para abordar analíticamente los discursos sociales contemporáneos, se consideró oportuno hacer foco en el análisis del meme de Internet entendido como discurso social y como género, por sus lógicas de producción y uso, y como artefacto de la cultura digital participativa (Wiggins y Bowers, 2015). Así, la emergencia de los memes en la cibercultura contemporánea se propone como una posibilidad para examinar el contenido expresivo y referencial que asumen estos microformatos en tanto unidades culturales que se insertan en tramas sociales específicas. Partir de la noción de que los memes poseen un poder descriptivo y explicativo con respecto al desarrollo cultural (Knobel y Lankshear, 2007) implica considerarlos como un objeto de estudio complejo y dinámico en el que se entrecruzan y actualizan permanentemente dinámicas de producción, reproducción y negociación de sentidos socialmente construidos.

En virtud de lo expuesto, el presente trabajo tiene como horizonte indagar en los comportamientos de ciertos espacios de la red social Facebook que se diseñan como agregadores de memes digitales, y en los que confluyen un conjunto relativamente discernible de formatos y estilos discursivos, usos sociales y tópicos atravesados por referencias ancladas en la jujeñidad. De manera más concreta, se pretende explorar y caracterizar rasgos predominantes en la construcción de significaciones y sentidos que se construyen en los memes jujeños publicados en agregadores de Facebook, en el primer semestre de 2021.

Se definió como unidad de análisis a un conjunto de páginas de Facebook que se constituyen como agregadores de memes digitales, unificadas en la tendencia de construir discursos asociados a adscripciones identitarias, socioculturales y políticas ancladas en bases referenciales locales de la provincia de Jujuy, Argentina. El trabajo tiene como objetivos particulares identificar las regularidades temáticas y bases socio-culturales que predominan en los discursos meméticos; caracterizar, además, los formatos y estilos discursivos preponderantes en la producción de los memes publicados en tales páginas y sistematizar los usos sociales que adquieren los memes en el contexto mediatizado.

## LOS MEMES COMO OBJETO DE ESTUDIO

En el escenario comunicativo que ofrece Internet, es evidente la presencia de un fenómeno cultural que se mantiene vigente a partir de las vinculaciones que establece con los temas de la agenda pública, este es el meme.

Al momento de plantear un abordaje teórico en relación al meme, la mayoría de los trabajos académicos consultados recuperan como primeros antecedentes el campo conceptual denominado memética, desarrollado por Dawkins (1976). Desde dichas bases habría que identificar al meme como un agente activo que busca transmitirse, replicarse y difundirse para ser efectivo y lograr sobrevivir. Estas reflexiones teóricas son recuperadas por las ciencias sociales, y por la comunicación en particular, para poner en discusión los mecanismos de transmisión cultural y construcción social de significados y sentidos. Como explican Pérez Salazar, Aguilar Edwards y Guillermo Archilla (2014), más allá de la dimensión cómica con la que se relacionan a los memes desde el sentido común, éstos se constituyen en la actualidad como un objeto de investigación multidisciplinario susceptible de ser analizado desde las perspectivas comunicacionales.

Si tuviéramos que arrojar una definición que sintetice la idea de meme desarrollada por los iniciadores del concepto y, que sirva, además, para explicar la actualidad del término, podríamos entenderlo como una “unidad de sentido cuya replicación es posible de una forma que podemos decir que es tanto transversal (en distintos grupos dispersos geográficamente, pero con lazos de comunicación entre ellos y ubicados en tiempos más o menos coincidentes), como longitudinal (a lo largo de varias generaciones en el tiempo)” (Pérez Salazar, Aguilar Edwards y Guillermo Archilla, 2014, pag. 114). Desde dicho enfoque, la replicación se desarrolla en instancias en las que el meme es utilizado por múltiples personas reiteradamente, de manera que dicho uso se suma a un acervo que persiste en tiempo y espacio, y en su conjunto forma parte de una cultura.

Ahora bien, en el marco de este trabajo resulta necesario hacer referencia concretamente al meme en Internet. Así, el meme será conceptualizado como una “unidad comunicativa digital que se constituye en un objeto digital compuesto, generalmente, a partir de una imagen reconocida socialmente (una imitación) sobre la cual se produce una intervención o manipulación que crea sentido o recrea el sentido original y es puesto en circulación nuevamente” (Venier, 2018, pag. 29).

En este punto, resulta productivo recuperar una tipología propuesta por Danung y Attaway (2008) quienes plantean que en Internet se pueden identificar al menos dos clases de memes: 1) aquellos cuyos contenidos son copiados y transmitidos por los usuarios en los que no hay una modificación ni reinterpretación de la materialidad signíca, y 2) aquellos memes en los que hay mayores posibilidades de llevar a cabo procesos de reinterpretación, con base en un formato que tiene un sentido general y que es adaptado por cada usuario, con una intención específica.

Venier (2018) profundiza lo planteado anteriormente y explica que una de las características principales de los memes es su capacidad de hacerse viral o expandirse por contagio en algún medio digital y, al ser usados regularmente, se consolidan produciendo un “sentido de comunidad en un mundo fragmentado” (Shifman, 2014, citado por Grundlingh, 2018, pag. 154). Allí, radica una motivación para que los usuarios participen en la circulación y reinterpretación de los memes en Internet, y se da a partir de la necesidad de pertenecer a una comunidad definida, al menos parcialmente, por estas prácticas culturales. En este sentido, Pérez Salazar, Aguilar Edwards y Guillermo Archilla (2014) resaltan de manera pertinente que los memes “hacen guiños” en relación con significados compartidos en el marco de ciertas comunidades de sentido. Además, como explica González Pérez (2019), un meme tendría un significado compartido únicamente por quienes lo han incorporado en sus repertorios culturales y quienes, además, pueden replicarlos luego con o sin modificaciones. A su vez, las modificaciones podrán iniciar un nuevo proceso de transformación de sentidos, ya que “una nueva forma de compartir un meme puede tomar nuevas significaciones en relación a las formas interpretativas y los repertorios culturales disponibles en nuevos grupos de intérpretes” (González Pérez, 2019, pags.63-64).

A los efectos de este trabajo, resulta productivo considerar dos conceptos que permiten dimensionar la comprensión actual del meme en Internet: el meme como artefacto y como género de la cultura digital participativa (Wiggins y Bowers, 2015).

En primer lugar, considerar al meme como artefacto implica reconocer su fisicalidad virtual, desde el punto de vista cognitivo (existente en la mente humana) y digital (existente en las distintas plataformas mediáticas); reconocer que ofrece información sobre la cultura que lo crea y lo usa, sobre el comportamiento social de aquellos individuos o grupos que lo producen; y, por último, reconocer que los memes poseen una producción y un consumo intencionales entre los miembros de una cultura digital participativa (Wiggins y Bowers, 2015).

Por otra parte, considerar al meme como un género, implica identificar aspectos que permiten reconocer lógicas de producción y uso, que a su vez configuran competencias y usos posibles tanto en su diseño como en su lectura. Esto posibilita reconocer formas y estilos relativamente identificables y, a la vez, discernibles. Entender a los memes como género implica considerarlos como un sistema complejo de motivaciones sociales y de la actividad cultural que es resultado de la comunicación, y son centrales para entender la cultura (Wiggins y Bowers, 2015).

Finalmente, como aditamento y síntesis denominativa del meme en Internet, se considera oportuno incorporar algunas características genéricas que permiten

entender a los memes como parte de la cultura snack (Scolari, 2020) contemporánea. Inicialmente, habría que recalcar que el meme en Internet se presenta generalmente como un discurso de producción anónima y, como ya se dijo, se expande en el escenario mediático producto de la viralidad; por imitación, propagación y contagio. Pero, además, el meme tiene como características la brevedad, en tanto operaciones de esencialización, minimalización, supresión y toda acción de exacerbar las elipsis en las producciones textuales; a su vez los caracteriza la fugacidad, como la condición efímera de las piezas textuales breves que duran solo un rato hasta que llega el próximo texto, aunque esos textos queden disponibles en las distintas plataformas. Asimismo, la fragmentación y la aceleración resultan otras dos cualidades atribuibles a los memes, en un triple sentido: en la producción de los propios textos, en su circulación en las plataformas y en las prácticas de consumo. Finalmente, una última característica resulta la remixabilidad, que se basa en la fragmentación textual y define la posibilidad de la recomposición y creación de nuevas unidades textuales a partir de una pieza anterior (Scolari, 2020).

## ANDAMIAJE TEÓRICO METODOLÓGICO

Tal como fue planteado al inicio de este escrito, nuestro trabajo procura describir analíticamente aspectos de la vida y los comportamientos de las páginas de la red social digital Facebook que se producen como agregadores de memes digitales atravesados por referencias ancladas en la jujeñidad. En virtud de ello, resulta necesario proponer un encuadre teórico-metodológico que precise algunas consideraciones de base para nuestro propósito.

En primer lugar, el meme resulta un tipo de discurso social que se comparte, se consume, se viraliza, eventualmente se remixa y se comenta en un espacio público digital particular: las plataformas mediáticas.

La noción de plataforma se sustenta en un proceso de desarrollo digital en la web 2.0, en el que los servicios on line progresivamente fueron dejando de ofrecer exclusivamente sitios de comunicación en red y pasaron a convertirse en vehículos interactivos y retroalimentados de una socialidad en red (Castells, 2007). Desde un punto de vista tecnológico, las plataformas podrían definirse como proveedoras de sitios, software y servicios que alojan expresiones públicas y ayudan a codificar actividades sociales en una arquitectura computacional; procesan (meta)datos mediante algoritmos y protocolos, para luego presentar una lógica interpretada en forma de interfaces amigables con el usuario, configuradas estratégicamente por default por los propietarios de la plataformas y que organizan el acceso a los datos mediante búsquedas y recomendaciones (Van Dijck, 2016; Gillespi, 2018). Sin embargo, en la actualidad, la noción de plataforma desborda el ámbito tecnológico y puede considerarse un paraguas denominativo que permite abarcar a los complejos sistemas de intercambios discursivos mediáticos que permiten la interacción o, al menos, la co-presencia de discursos de diversos actores institucionales y usuarios, en sitios web y sistemas multimedia, crossmedia o transmedia, sociales o interindividuales, en networking y/o broadcasting (Fernández, 2018).

Con la pretensión de caracterizar a las plataformas mediáticas, bajo la advertencia de exhaustividad relativa e imposibilidad del trazado de límites

nítidos, Van Dijck (2016) propuso una tipología en virtud de características prevaletentes. Así denominó plataformas de “sitios de red social” (lo que aquí denominaremos redes sociales mediáticas) a aquellos sitios que priorizan el contacto interpersonal, sea entre individuos o grupos, configuran conexiones personales, profesionales o geográficas y estimulan la formación de lazos débiles (por ejemplo, Twitter, Instagram, Google+, LinkedIn, entre otros). En segundo lugar, se caracterizó a los sitios dedicados al “contenido generado por los usuarios”, es decir aquellas plataformas creativas que priorizan la actividad cultural y promueven el intercambio de contenidos amateur y profesional (YouTube, Twitch, Flickr, Wikipedia, TikTok, Spotify, entre otras). En tercer lugar, Van Dijck agrega una categoría para agrupar a las plataformas que tienen por objetivo principal el intercambio o la venta de productos (Amazon, eBay, MercadoLibre, Groupon, entre otros). Por último, una cuarta categoría corresponde a los sitios de juegos y entretenimiento, plataformas que concentran exitosos juegos online como FarmVille, CityVille, The Sims Social, Roblox o Minecraft.

Se advertirá que en los ejemplos consignados anteriormente no se incluye a Facebook. La razón de ello responde a que, en acuerdo con la postura de Fernández (2018), más que categorizarse entre una de las cuatro tipologías mencionadas, Facebook responde a lo que podría considerarse como “plataforma total” ya que adquirió una complejidad que habilita múltiples intercambios, servicios y recursos, en tanto absorbe prácticas de todos los tipos de plataformas y las expande. En términos conceptuales no podría considerarse solo como “red social”, al mismo nivel que Twitter, Instagram o LinkedIn, ya que en la actualidad la plataforma promueve la generación de contenidos por los usuarios, habilita herramientas para el intercambio o venta de productos, dispone de micrositos de juegos, e incluso explora servicios de otras plataformas como la mensajería instantánea, la búsqueda de empleos, la interacción específica para relaciones de pareja, entre otras opciones.

Facebook ha sobrepasado los límites de una red de relaciones y, posiblemente, pueda pensarse como un gran contexto social y cultural, en el que se producen, circulan, transforman y se expanden gran cantidad de fenómenos en red, pero además nuevas relaciones inter y transmediáticas, lo cual expone una gran matriz de producción y de construcción de nuevos procesos sociales y culturales (Fernández, 2018).

Específicamente, a los fines de este trabajo, nos concentramos en una perspectiva de análisis micro de las mediatizaciones y procesos de comunicación desarrollados en Facebook que pretende articular un enfoque puesto en la generación de contenidos por los usuarios, los memes, en el marco de las posibilidades de socialidad en red. De esta manera, el enfoque analítico estará puesto en páginas de Facebook creadas por usuarios que definimos como agregadores de memes. En concreto, estos espacios se estructuran con el fin de publicar y agrupar producciones identificadas bajo el género meme, ya sea de producción anónima o bien de producción propia, constituyéndolas en repositorios específicos de dichos micro-discursos sociales.

Ahora bien, a los fines de contar con una base teórica-metodológica que nos permita abordar el estudio de las particularidades de los agregadores de memes jujeños, resulta productivo recuperar algunas consideraciones que nos permitirán

entender a los sitios agregadores de Facebook como constructos tecnoculturales (Van Dijck, 2016), atravesados por distintos niveles de fenómenos discernibles, pero interdependientes. Esta propuesta, basada en la teoría del actor-red (Latour, 2008) considera que las nuevas tecnologías son inseparables del surgimiento de novedosas prácticas de uso y generación de contenidos, a la vez que resulta imposible ignorar los niveles organizacionales y tecnológicos impuestos por las plataformas en la puesta en prácticas de los usos de los usuarios. De esta manera, se presenta un modelo de análisis de redes sociales mediáticas que contempla un enfoque particular en distintos componentes: la tecnología, los usuarios / usos y el contenido (Van Dijck, 2016).

En primer lugar, considerar el componente tecnológico de las plataformas implica entenderlas como mediadoras, que moldean las performances de los actos sociales y no solo los facilitan. Desde el diseño tecnológico, las plataformas codifican actividades sociales en una arquitectura computacional; procesan datos y metadatos, mediante protocolos y algoritmos, para luego presentar su lógica interpretada en forma de interfaces amigables con el usuario, que ofrecen configuraciones según las estrategias de las propias plataformas. De esta manera, la tecnología y la capacidad de agencia de los usuarios resulta prácticamente imposible pensarse por separado. Los algoritmos, los protocolos y las configuraciones por defecto que se presentan a través de las interfaces moldean de manera determinante las experiencias culturales de las personas que participan en las plataformas de redes sociales mediáticas (Van Dijck, 2016). Si nos concentramos en Facebook, el componente tecnológico que organiza y condiciona las acciones y comunicaciones de los usuarios está anclado en dos lógicas significativas del “compartir”. Por un lado, las interfaces promueven acciones de conexión y conectividad a través de la posibilidad de crear perfiles, páginas, grupos, interactuar con amigos a partir de herramientas de mensajería y videomensajería y, por otra parte, habilita la posibilidad de compartir contenidos de diversos dispositivos técnicos (Fernández, 2018) como fotografías, gráficos, videos, textos, producciones plásticas, etc. Otras herramientas canalizan la interacción social: las notificaciones, las novedades, el feed, los estados, las sugerencias de amigos, las etiquetas, los botones de “me gusta” y los espacios para comentarios, entre otras.

Un segundo componente de análisis resulta la agencia de los usuarios en el contexto de las redes sociales mediáticas; es decir la capacidad de acción de los participantes en el marco de las posibilidades y restricciones impuestas por la codificación de las plataformas. En este sentido, analizar los usos sociales que se desarrollan en el entorno de las plataformas implica dar cuenta sobre el modo en que los usuarios interactúan en el medio social. Si bien, como se dijo antes, la arquitectura de las plataformas es diseñada para controlar las prácticas de los usuarios, igualmente estas plataformas empoderan a las personas permitiéndoles conectarse entre sí, controlar su autopresentación; integrar, permanecer o salir de ciertas comunidades (Van Dijck, 2016). Pero fundamentalmente las plataformas de redes sociales habilitan a los usuarios para publicar y compartir una amplia variedad de contenidos que adquieren múltiples usos sociales. Estos contenidos mediatizados pueden ser utilizados por la sociedad para ciertos usos, más o menos generales, reconocidos por los habitantes de la sociedad en la que se producen (Fernández, 2021); y específicamente en Facebook, los contenidos publicados

pueden adquirir usos concretos: autorreferenciales biográficos, autopromoción, lucha política o ideológica, promoción de eventos o actividades políticas, reivindicativas o artísticas, homenajes de coyuntura u homenajes de aniversario, información, entretenimiento, educación, competencias (Fernández, 2018), entre muchas otras posibilidades.

Por último, un tercer componente que se considerará aquí son los contenidos. En directa articulación con lo tecnológico y los usos, el intercambio de contenidos en las redes sociales mediáticas alienta la conexión entre las personas, ayuda a encontrar un escenario para la expresión pública y además inspira al surgimiento de nuevos géneros, formatos y estilos discursivos. Como afirma Van Dijck (2016) el contenido cultural produce opiniones acerca de aquello que a la gente le gusta o disgusta, lo que desea o desprecia, lo que le interesa y lo que no, y brindan información valiosa acerca de tendencias sociales y preferencias de consumo. En este modelo de análisis, el foco podrá concentrarse en los formatos o estilos discursivos específicos que se ponen en juego en la materialidad de los múltiples contenidos; pero también en los temas, referentes, ideas, informaciones, significaciones y sentidos que se promueven y negocian en la puesta en común de los contenidos.

Sobre la base de la propuesta teórico metodológica precedente y en virtud de los objetivos de investigación expuestos inicialmente, la operación de selección del corpus que se analiza aquí consistió en recuperar publicaciones de tres perfiles de Facebook que funcionan como agregadores de memes, y refieren, de manera explícita, a diferentes expresiones de la dimensión identitaria y cultural local jujeña. De la totalidad de perfiles con estas características se seleccionaron aquellos con mayor cantidad de seguidores, pero en los que se evidenciara, además, una estética de producción y edición de memes propia. En todos los casos se trató de memes estáticos, puesto que los memes dinámicos conllevan otras lógicas que involucran movimientos heurísticos diferentes a los planteados en este trabajo. El lapso temporal abordado comprende el primer semestre del año 2021 (enero a junio). De esta manera se recopiló un total de 77 memes del perfil El Bicho Jujeño, 41 memes del sitio Jujeño Soy y 139 de la página Jugeniosoy.

## **MEMES Y JUJEÑIDAD Caracterización de los agregadores de memes analizados**

La página “El Bicho Jujeño” cuenta con 27.721 seguidores y se creó el 13 de abril de 2020, en el contexto de la pandemia por Covid-19. Se constituye en un espacio virtual donde se producen y difunden memes de producción propia, aunque también se comparten contenidos de otras páginas donde se abordan temáticas locales. La imagen de perfil del sitio resulta la personificación del virus Sars Cov 2, a quien se lo caricaturiza y se le incorpora un chulo. Por su parte, la portada del sitio registra el cartel promocional que la provincia colocó en el centro de la Plaza Belgrano, en el casco céntrico de la ciudad de San Salvador de Jujuy. En la fotografía se puede ver, además, dos personas utilizando ponchos jujeños y una máscara referida al virus que produce el Covid 19 (ver imagen 1). En ambos recursos los elementos iconográficos anclan y refuerzan la denominación de la página.





## 1

### Recursos identificatorios del perfil de Facebook de “El Bicho Jujeño”

Los memes de producción propia se publican en un plano blanco, en cuyo centro se ubica la fotografía, imagen o composición gráfica, abarcando entre el 75 y 80 por ciento de la pieza gráfica. En el zócalo de cada pieza gráfica se disponen los íconos de referencia a las redes sociales del sitio: Facebook e Instagram, con la particularidad de que el ícono de esta última red social es reemplazado por el avatar con el que se identifica la marca (personificación y caricaturización del virus del Covid-19 a través de la implementación de un chulo jujeño en el “cuerpo” de este agente). En el extremo superior de la pieza generalmente se dispone el espacio para los textos, para ello se utiliza una tipografía específica de fantasía con un estilo comic que se repite en todos los casos (ver imagen 2).



2

Plantilla gráfica utilizada para los memes de producción propia (10/01/21)

En algunas piezas se suma, además, la marca tipográfica en transparencia para reforzar la identificación de los contenidos propios publicados por este perfil. Esta marca se dispone sobre la fotografía, imagen o composición gráfica de cada meme.

El sitio “Jujeño Soy” es el más antiguo en términos comparativos con respecto a los otros dos sitios referenciados ya que se creó el 7 de agosto de 2017. Cuenta con 89 mil seguidores y, por ello, se constituye como la página que cuenta con la mayor cantidad de participantes en su comunidad. Si bien el sitio presenta un estilo gráfico diferenciador a partir del cual produce sus propios memes y los comparte, también suele publicar fotografías (sin referencias de autoría) sobre diferentes aspectos naturales y culturales de la provincia de Jujuy que se acompañan desde la descripción con textos relacionados a la temática abordada. Entre sus publicaciones, la página también recupera noticias de medios digitales en relación con algún acontecimiento mediático y expresa, en la descripción de la misma, opiniones y posturas ideológicas específicas. Finalmente, el sitio también comparte memes de otras páginas (agregadores o no) con alguna referencia textual o iconográfica en la descripción que ancla el sentido propuesto.

La página presenta como imagen de perfil la fotografía de una máscara de diablo carnavalero que funciona como elemento identificador de este perfil en particular y se utiliza como parte de la estética con la que se diseñan los memes de propia autoría.



### 3

#### Recursos identificatorios del perfil de Facebook "Jujeño Soy"

En términos formales los memes propios adquieren tres estilos diferentes, en algunos casos, complementarios. En el primer estilo se recuperan plantillas de memes predeterminados, fotografías, montajes fotográficos o memes de otros sitios sobre los cuales se aplica la marca tipográfica en transparencia para que se identifique la propiedad intelectual de las piezas publicadas. En el segundo caso, se recupera una foto de una persona disfrazada de diablo a la cual se le agregan elementos iconográficos y/o textuales en un cuadro de diálogo que representa el decir de este personaje[1] en relación con aspectos identitarios locales. En el tercer estilo se incorpora la máscara del diablo -en tanto recurso identificador icónico- que se sobreexpone sobre los rostros de otros personajes en plantillas de memes virales. A esto se le adicionan textos específicos que re-crean nuevos sentidos anclados en el ser-local (ver imagen 4).



### 4

#### Estilos gráficos utilizados para la identificación de los memes publicados en el sitio (08/02/21, 11/02/21 y 08/01/21)

La página Jugeniosoy cuenta con 19.291 seguidores y se creó el 22 de abril de 2020. En su imagen de perfil emplea la caricatura del rostro de una llama utilizando chulo y anteojos de sol.



## 5

### Recursos identificatorios del perfil de Facebook “Jugeniosoy”

La imagen de encabezado emplea la marca tipográfica del sitio, a la que se le agrega un cactus y se encierra en un círculo en una gama cromática amarilla. Se adicionan, además, los íconos de Facebook e Instagram (ver imagen 5).

El estilo gráfico de la página es siempre constante (a diferencia de los otros dos sitios donde se combinan distintos recursos estilísticos) y se caracteriza por la utilización de una plantilla específica que agrupa una serie de características comunes y sobre la cual se publican diferentes tipos de memes. Esta plantilla parte de un plano de color blanco donde se inserta una imagen, un zócalo y, en algunas ocasiones, texto. La imagen ocupa el espacio central en aproximadamente un 70 por ciento y, en los casos de memes que cuentan con referencias textuales, estas se ubican en el extremo superior en color amarillo y con una tipografía sans serif en caja de alta. En el extremo inferior se ubican los íconos de Instagram, Facebook y Twitter con sus respectivas denominaciones y a la derecha del zócalo se inserta el ícono que representa a la marca y se utiliza como imagen de perfil del sitio. Cabe destacar que en cada publicación, esta página utiliza el espacio de la descripción que presentan los posts de las diferentes redes sociales para proponer otra referencia conceptual que ancla el sentido propuesto de la pieza en cuestión (ver imagen 6).



6

Plantilla gráfica utilizada para los memes de producción propia (01/03/21)

#### *Estilos discursivos y usos sociales de los memes*

Los estilos discursivos de los memes relevados siguen algunas tendencias identificables y discernibles que atraviesan los diferentes perfiles de los sitios de Facebook analizados.

En el primer caso, los sentidos que se proponen con los memes se construyen a partir de la base de fotografías o imágenes en las que se recuperan fragmentos y/o capturas de pantallas de discursos originados en el sistema broadcasting asociados a la televisión y el cine. Del ámbito televisivo, se usan en un gran porcentaje capturas de pantalla de escenas de la serie televisiva Los Simpsons, pero también se evidencian instantáneas de escenas de programas televisivos de espectáculos, partidos de fútbol, reality shows (Masterchef), telenovelas, entre otros. Del sistema cinematográfico se sigue una tendencia similar, pero con escenas de películas mainstream de ficción, como Harry Potter, Godzilla, entre otras (ver imagen 7). En estos casos, las capturas de pantalla de series o películas operan como una base de significantes previos que se integran en la propuesta discursiva de los memes a partir de la intervención textual y/o gráfica de la pieza comunicativa en cuestión. Esta operatoria es utilizada para evocar sentimientos, estados de ánimo y/o recuperar acciones concretas en un contexto específico en el que la comunidad de usuarios reconoce e interpreta tales sentidos desde la base de códigos compartidos que se anclan en el ser jujeño/a.



7

### Estilos discursivos broadcasting asociados a la televisión y el cine

Por otra parte, los sitios de agregadores construyen significantes a partir de la intervención o remixabilidad de plantillas virales de memes que, al igual que lo expuesto anteriormente, se intervienen con otras imágenes o elementos icónicos del acervo cultural local. En estos casos, los memes trasladan sentidos precedentes a los que se adicionan significaciones que los anclan en el contexto específico de la jujeñidad (ver imagen 8).



8

Estilos discursivos remixados a partir de plantillas virales

Finalmente, un tercer estilo discursivo identificado en la producción de los memes, es aquel que utiliza fotografías “originales” o de acceso libre de espacios urbanos, festividades, paisajes, comidas u otras escenas claramente asociados a Jujuy o prácticas culturales de la cultura popular jujeña (ver imagen 9).



9

### Estilos discursivos anclados en imágenes locales

En el marco de los estilos discursivos expuestos anteriormente, los usos sociales que prevalecen en los memes producidos por las páginas relevadas podrían caracterizarse como:

- § Referenciales a prácticas culturales propias de la jujeñidad
- § Referenciales a aspectos identitarios propios de la jujeñidad
- § Informativo-noticiosos sobre acontecimientos del ámbito local
- § Como instancias de opinión: a través de la burla, la crítica y/o la ironía
- § Como evocación de la memoria
- § Como instancias de denuncia pública

### Temáticas recurrentes en los contenidos de los memes

En función de los diferentes usos sociales caracterizados, se pudieron distinguir también un conjunto de tópicos recurrentes sobre los que versan los memes relevados. Dichos tópicos pueden agruparse en una serie de categorías que, sin ser excluyentes ni taxativas, presentan algunas características comunes que sirven para esbozar reflexiones en torno a distintas dimensiones significantes de la jujeñidad.

Las referencias a determinadas prácticas culturales locales constituyen el tópico más recurrente identificado en los memes analizados y el más abarcador en relación con la multiplicidad de variables que contempla. En este sentido, se



pueden encontrar referencias a determinadas prácticas, usos y modalidades de apropiación del espacio público en la provincia de Jujuy[2], alusiones a las particularidades geofísicas de la provincia (viento “norte”, inestabilidad y amplitud térmica), su gastronomía (comidas y bebidas de consumo regional y popular), la música, el patrimonio natural, material y cultural y los usos particulares del lenguaje en clave popular.

Dos tópicos resultan centrales dentro de esta categoría: uno de ellos tiene que ver con el carnaval y otro con el día de los enamorados (14 de febrero). Sobre tales fechas conmemorativas se puede identificar la mayor cantidad de producción de memes. En el caso del carnaval, los sentidos se asocian al carácter festivo de esta celebración popular y las situaciones que de tal práctica emergen (desentierro, jueves de comadres, jueves de compadres y consumo de alcohol). En el caso del día de los enamorados las referencias son compartidas con las alusiones a la época del carnaval en relación con las infidelidades y la clandestinidad que tales celebraciones parecen promover (ver imagen 10).



10

Memes referidos a prácticas culturales locales

Otro tópico que atraviesa gran parte del corpus aquí analizado tiene que ver con la coyuntura de pandemia por Covid-19 vivida en 2020 y 2021. Sin dudas este acontecimiento significó una ruptura trascendental en relación con los modos de ser y habitar la provincia y en este sentido también la permanente presencia mediática de la clase gobernante y el equipo sanitario a cargo de la contención de la pandemia resultaron en un repositorio de situaciones problemáticas sobre las cuales versó gran parte del contenido de los memes estudiados. Los sentidos que proponen estas piezas se refieren, prioritariamente, a las disposiciones y reglamentaciones que el Gobierno de la provincia impulsó en relación con la prevención de la enfermedad producida por el Covid 19 (ver imagen 11).



11

Memes referidos a la pandemia por Covid 19

Otro grupo temático de memes lo constituye la serie que deriva de la alusión a determinadas personalidades y/o personajes de la provincia de Jujuy. Sobre ellos se articulan significaciones y sentidos en torno a su popularidad y su conocimiento público a partir de ciertas caracterizaciones y/o adscripciones referidas a las particularidades que estas plataformas mediáticas recuperan en la forma de rasgos dominantes, identitarios o comportamentales. Los casos más recurrentes son las alusiones permanentes al gobernador Gerardo Morales, algunos de sus ministros y diferentes representantes del COE provincial en relación con las disposiciones sanitarias promovidas y las derivaciones que ello implica en las prácticas efectivas que los ciudadanos realizan de las normativas (ver imagen 11). También se pueden identificar referencias a la música jujeña “Cazzu”, el bailarín jujeño callejero “Camilo”, la ex-dirigente gremial Milagro Sala e inclusive la alusión a una perra callejera denominada “la China” que se convirtió en un personaje de público conocimiento a partir de la cobertura mediática que realizó la prensa sobre ella en tono de humor (ver imagen 12).



12

Memes referidos a personajes o personalidades representativas de Jujuy

Finalmente, otro gran grupo de memes alude a diferentes acontecimientos coyunturales sobre los que la prensa realizó una amplia cobertura y a partir de los cuales las páginas en cuestión retoman y resignifican con diferentes usos sociales, principalmente a través de la ironía y la denuncia. Estos son los casos de los cortes de luz, temblores, paros de colectivos, partidos del Superclásico Boca-River y las elecciones PASO en la provincia (ver imagen 13).



13

Memes referidos a acontecimientos mediáticos coyunturales

## CONCLUSIONES

Todo meme pretende construir sentido en comunidades que interpretan la propuesta discursiva en virtud de compartir un conjunto de sentidos específicos precedentes que funcionan como un “nodo de memoria semántica” (Wilson, 1998: 148, citado en Pérez Salazar, Aguilar Edwards y Guillermo Archilla, 2014). Si recordamos que el meme por sí mismo no se autorreplica sino que requiere de un grupo de agentes que lo pongan a circular, podemos inferir que el reconocimiento de algunos de estos significados comunes parten de la propuesta de referencias que, en cierta medida, garantizan la interpretación compartida en la comunidad y, por ello mismo, motivan la circulación a partir de usos sociales específicos entre los que se produce un reconocimiento identitario que refuerza el sentido de pertenencia. Para ello, resulta productiva la recurrencia a escenas del ecosistema mediático broadcasting de la televisión y el cine, como referencias predominantes, y al discurso periodístico como elemento del presente social de referencia de los usuarios. A partir de dicho anclaje de sentido, el meme propone una perspectiva, juicio de valor, interpretación crítica, humorística o irónica sobre variados acontecimientos sociales.

En Jujuy particularmente, los procesos de conformación de subjetividades colectivas estuvieron definidos históricamente desde el relato oficial que los sectores gubernamentales crearon, reforzaron y sostuvieron entre unos jujeños con quienes ellos se representaban –blancos, urbanos, modernos y católicos– y otros jujeños pertenecientes a los sectores populares urbanos y/o rurales. De esta manera, el origen pluriétnico y esencialmente indigenista de su sociedad fue sistemáticamente silenciado desde el discurso oficial o confinado a los límites de lo subalterno en consonancia con el relato de una nación blanca, occidental, católica y desarrollada que operó significativamente durante el proceso de formación del Estado nacional (Scalone, 2022).

En la actualidad, la posibilidad de participación que ofrece internet en las instancias productivas de los discursos que circulan en forma de memes, es aprovechada por grupos específicos a partir de procesos de apropiación y reinterpretación de un conjunto de signos en circulación que contribuyen a construir, reforzar o refutar sentidos de pertenencia no hegemónicos.

Si la identidad se construye a partir de la diferencia, asumimos que los discursos sobre los que se delinear sentidos de jujeñidad desde los memes analizados, recuperan una serie de características comunes que difieren de las representaciones hegemónicas que construyó históricamente la clase gobernante desde sus repertorios oficiales y proponen una reivindicación de sentidos desde los cuales se configuran modos otros de ser jujeño/a.

En este sentido, los usos sociales de los discursos sobre los que versan los memes analizados recaen, en muchos casos, en actitudes de denuncia e ironizaciones sobre situaciones conflictivas que el propio colectivo identifica como cuestionables. Por otra parte, el humor resulta sin duda el denominador común de gran parte de las piezas estudiadas en tanto se constituye como el recurso para socializar determinadas prácticas vivenciadas por sectores mayoritarios y, a partir de los cuales la propia comunidad se reconoce, identifica y diferencia.

En el plano de las mediatizaciones y la cultura digital, un aspecto novedoso que emerge de este análisis radica en una actualización de las definiciones asociadas al carácter efímero, fragmentado y anónimo del meme como producto cultural. Los agregadores de memes analizados, en tanto repositorios específicos de este género, adquieren al menos dos características principales, no excluyentes, que alteran relativamente algunas condiciones inherentes al género: la distribución fragmentada y el anonimato de la producción. En primer lugar, los agregadores de memes constituyen sitios, dentro de la plataforma de Facebook, que contrarrestan la distribución fragmentada y descentralizada que caracteriza la circulación de los memes en las redes sociales mediáticas. En oposición a ello, los agregadores operan publicando y alojando memes en el sitio, ya sea a partir de operaciones de captura de memes o en función de constituirse como productores de memes con identificación propia. Precisamente, esta última característica resulta otro fenómeno que propician algunos agregadores y con ello alteran relativamente la condición de producción anónima de este tipo de micro formatos discursivos. En ese sentido, los agregadores analizados adquieren la particularidad de constituirse en repositorios de una serie de piezas sobre las cuales se aplican múltiples y variados recursos comunicacionales para identificar la autoría de las producciones.

Si bien en los sitios analizados el denominador común es la jujeñidad en un sentido general, cada perfil incorpora rasgos específicos para diferenciarse de otros sitios de similares características. De esta manera, cada perfil reúne referencias icónicas y simbólicas asociadas a los imaginarios más arraigados sobre el ser-jujeño/a, reproduciendo imaginarios y representaciones históricamente difundidas sobre la provincia de Jujuy (pensemos en las referencias al chulo como elemento supuestamente local utilizados por jujeños/as, las llamas como animales representativos de la provincia y la imagen del diablo carnavalero como asociación a una de las celebraciones más difundidas promocionalmente). Además, la referencia a la coyuntura pandémica también es incorporada a las identificaciones identitarias, a partir del ícono del virus Sars Cov 2 que, en el caso de Jujuy, fue denominado “el Bicho” a partir de declaraciones del gobernador Gerardo Morales en los inicios de las comunicaciones mediáticas que realizaba con motivo de la campaña sanitaria.

La jujeñidad como tópico transversal asume múltiples dimensiones en la serie de memes analizados en este trabajo. Las plataformas virtuales operan como espacios de la cultura digital donde los/as propios/as protagonistas se autoafirman ante la otredad a partir de una crítica que opera al interior de la comunidad y que propone un código negociado (Hall, 1980) respecto de aquellos sentidos normativos y prefijados con los que históricamente se asoció el ser-local. La práctica de desincorporación (Fiske, 1996), puede servir para comprender aquellas modalidades específicas de resistencia, a partir de las cuales algunos grupos subalternos toman elementos de la cultura hegemónica, se apropian de ciertos rasgos que los constituyen y los resignifican. La producción, circulación y reinterpretación de los memes que interpelan a la jujeñidad, resultan, en este caso posibilidades concretas de disputa frente a aquellos sentidos visuales dominantes que históricamente fijaron roles, atribuyeron cualidades y censuraron otras formas posibles de pensar nuestra identidad. Aun así, debemos advertir que el análisis evidencia, también, aspectos de marcación social que se intersectan en nuevas adscripciones identitarias donde el sentido de la diferencia alude a rasgos sexistas, clasistas y étnicos cuestionables que merecen ser profundizados en estudios posteriores.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castells, M. (2007). *Comunicación móvil y sociedad: una perspectiva global*. Madrid, España: Fundación Telefónica.
- Danung, J. y Attaway, L. H. (2008). All your media are belong to us: An analysis of the cultural connotations of the internet meme. *Literature, Culture and Digital Media*, (17).
- Dawkins, R. (1976) *The Selfish Gene*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Fernández, J. L. (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones
- Fiske, J. (1996). *Understanding Popular Culture*. Londres/Neueva York: Routledge.

- Gillespie, T. (2018). "Governance of and by platforms". En J. Burgess, A. E. Marwick, y T. Poell (Eds.), *The SAGE handbook of social media* (pp. 254–278). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- González Pérez, C. (2019). Memes y lenguaje inclusivo: transformaciones y resistencias. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (ALAIC)*, 16 (30), 60-73.
- Grundlingh, L. (2018). Memes as speech acts. *Social Semiotics*, 28 (2), 147–168. <https://doi.org/10.1080/10350330.2017.1303020>
- Hall. S. (1980). Codificar y decodificar. En *Culture, media y lenguaje*. (129-139) London: Hutchinson.
- Knobel, M. y Lankshear, C. (2007). Online Memes, Affinities, and Cultural Production. En Lankshear C., Michael Peters, Michele Knobel and Chris Bigum (Eds.) *A new literacies sampler*. New York: Peter Lang Publishing.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- Pérez Salazar, G., Aguilar Edwards, A., & Guillermo Archilla, M. E. (2014). El meme en internet: Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos (México, DF)*, 27(75), 79-100.
- Scalone, L. (2022). *Imaginar Jujuy. La propaganda gubernamental justicialista en la trama de la cultura visual (1984-2015)*. San Salvador de Jujuy: Tiraxis Ediciones (en prensa).
- Scolari, C. (2020). *Cultura Snack*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: la marca editora.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Venier, E. (2018). Los memes y la imitación en la socialidad tecnificada. *Viator. Revista científica de comunicación desde los bordes*, (6), 21-47.
- Wiggins, B. E., y Bowers, G. B. (2015). Memes as genre: A structurational analysis of the memescape. *New media & society*, 17 (11), 1886-1906.

## Notas

- 1] También en estos casos se incorpora la marca tipográfica en transparencia.
- 2] En estos memes se recuperan fotografías de lugares populares (principalmente urbanos y georeferenciados en la capital provincial) asociados a ciertas prácticas identitarias de la cultura popular. Algunos ejemplos lo constituyen el paseo de compras "BigMall", el local gastronómico "Goyo", el parque lineal "Xibi-Xibi" entre otros.