

Un political compass de los estudios sobre memes¹

Ezequiel Soriano

Universitat Oberta de Catalunya (España) ✉ 

<https://dx.doi.org/10.5209/TEKN.92391>

Recibido: 6 de noviembre de 2023 • Aceptado: 30 de marzo de 2024 • OPR

ESP Resumen. Este artículo es una revisión bibliográfica de los estudios sobre memes desde una perspectiva interdisciplinar. En un ejercicio de recursividad metodológica, he utilizado el conocido meme de la página web *The Political Compass* como una herramienta analítica para mapear los estudios sobre memes en base a dos ejes: perspectiva comunicacional - perspectiva artística (eje de ordenadas) y orientación underground - orientación mainstream (eje de abscisas). En los cuatro cuadrantes que forma el gráfico ubico estudios sobre imágenes virales, comunicación digital, creatividad vernácula o folklore digital para observar cómo los memes han sido abordados desde muy diversas disciplinas. Este ejercicio pretende abrir el campo de los estudios de memes para provocar preguntas más allá de cuestiones como la viralidad, el potencial comunicativo o activista, las dinámicas de la cultura participativa o las peculiaridades del arte popular.

Palabras clave: arte digital; creatividad vernácula; contracultura; comunicación de masas; folklore digital.

ENG A political compass of meme studies

ENG Abstract. This article is a literature review of meme studies from an interdisciplinary perspective. As an exercise of methodological recursivity, I have used the well-known meme of the web 'The Political Compass' as an analytical tool to organise studies on memes based on two axes: communicational perspective - artistic perspective (ordinate axis) and underground oriented - mainstream oriented (abscissa axis). Along the four quadrants of the graph, I place studies on viral images, digital communication, vernacular creativity, and digital folklore to observe how memes have been approached from a wide range of disciplines. This exercise aims to open the field of meme studies to raise questions beyond issues such as virality, communicative or activist potential, the dynamics of participatory culture, or the peculiarities of popular art.

Keywords: counterculture; digital art; digital folklore; mass communication; vernacular creativity.

Sumario. 1. Introducción. 2. Comunicación-underground. 3. Comunicación-mainstream. 4. Arte-mainstream. 5. Arte-underground. 6. Conclusiones. 7. Declaración sobre el uso de LLM. 8. Referencias.

Como citar: Soriano, Ezequiel (2024). Un Political Compass de los estudios sobre memes. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 22(2). <https://dx.doi.org/10.5209/tekn.92391>

1. Introducción

El Political Compass es un tipo de meme de Internet basado en dos ejes que representan el espectro de las posiciones económicas de izquierda y derecha (eje de abscisas) y de las posiciones políticas autoritarias y libertarias (ordenadas). Estos dos ejes crean cuatro áreas diferenciadas por colores: izquierda-autoritaria en rojo, derecha-autoritaria en azul, izquierda-libertaria en verde y derecha-libertaria en

amarillo (o rosa). El Political Compass es una marca registrada por Pace News LTD desde 2001, pero en el ecosistema folklórico digital sus usos, diseños y aplicaciones han sido enormemente ampliados hasta convertirlo en uno de los memes más conocidos y usados.

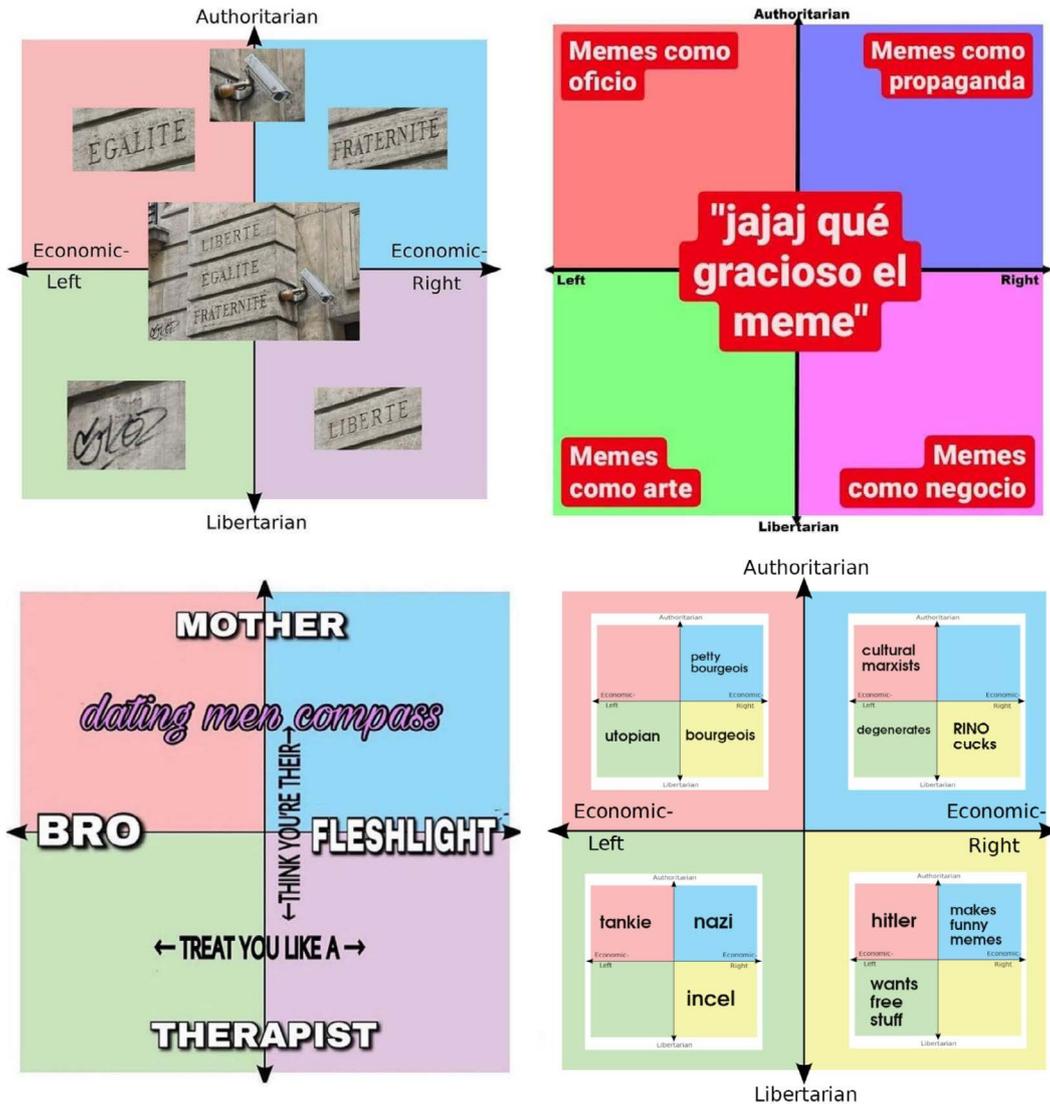
Más allá de los usos propuestos por Pace News LTD, destinados a la orientación en la política generalista, el meme Political Compass ha sido utilizado,

¹ La investigación en la que se enmarca este artículo está vinculada a la Escuela de Doctorado de la Universitat Oberta de Catalunya, dentro del programa de Humanidades y Comunicación. Esta investigación doctoral recibe financiación a través de una beca FI-SDUR 2021 para estudiantes de doctorado de la Generalitat de Catalunya.

como apunta la cuenta de Instagram @the_political_compass, como «horóscopos para nerds de la política». Así el Political Compass con los ejes autoritario-libertario e izquierdas-derechas se ha usado para categorizar ideas y corrientes de pensamiento; pero también patrones de conducta como escuchar una música u otra o fumar una u otra marca de tabaco; objetos cotidianos como gorras, ventiladores o videojuegos; o más personalmente, como dice Joshua Citarella (2018), como «Tests de personalidad virales para extremistas políticos». Del mismo

modo, el gráfico ha sido ampliado en sus secciones, usado con otros ejes como «elegante – cutre / cómodo – incómodo» o «sabroso – insípido / fácil de hacer – difícil de hacer». Extendiéndose aún más, como cualquier otro formato memético, el Political Compass se ha usado modificando y ampliando su formato –en ciertas comunidades de memes solo el uso de cuadrado de un color del gráfico ya se relaciona con esa posición política-; y, en términos de Santiago Martínez-Pais (2021), no solo como formato o *template* sino como contenido, en memes

Figura 1. Cuatro Political Compasses. Fuentes (de izquierda a derecha y de arriba a abajo): 1) The Political Compass (2023), 2) El tito Kasti (2021), 3) The Slumflower (2017), 4) D-D-Dakota. (2019)



sobre el Political Compass o Political Compasses autorreferenciales.

Para este artículo me propongo hacer una revisión de una selección de bibliografía sobre memes mapeando estas referencias a través un Political Compass con los ejes «perspectiva comunicacional – artística» (ordenadas) y «orientación *underground* – *mainstream*» (abscisas). Por la naturaleza creativa y comunicativa de los memes, han sido abordados desde distintas disciplinas analizando sus dinámicas de difusión y circulación, su potencial para la comunicación política o el activismo, sus aspectos estéticos y narrativos o su papel en las subculturas y

comunidades de Internet. Un análisis de estos estudios ubicándolos en el espectro comunicación-arte puede ser revelador para señalar este carácter híbrido. Por otro lado, el eje *underground-mainstream* muestra la variedad respecto a sus objetos de estudio y a sus principales preocupaciones. Así, los estudios más cercanos al *underground* se centran en memes de nicho, subculturas de Internet o comunidades pequeñas pero con una gran actividad en Internet; mientras que los más cercanos al *mainstream* se centran en fenómenos virales y de masas, preguntándose por su éxito o su relación con medios e instituciones tradicionales. Ordenar la bibliografía

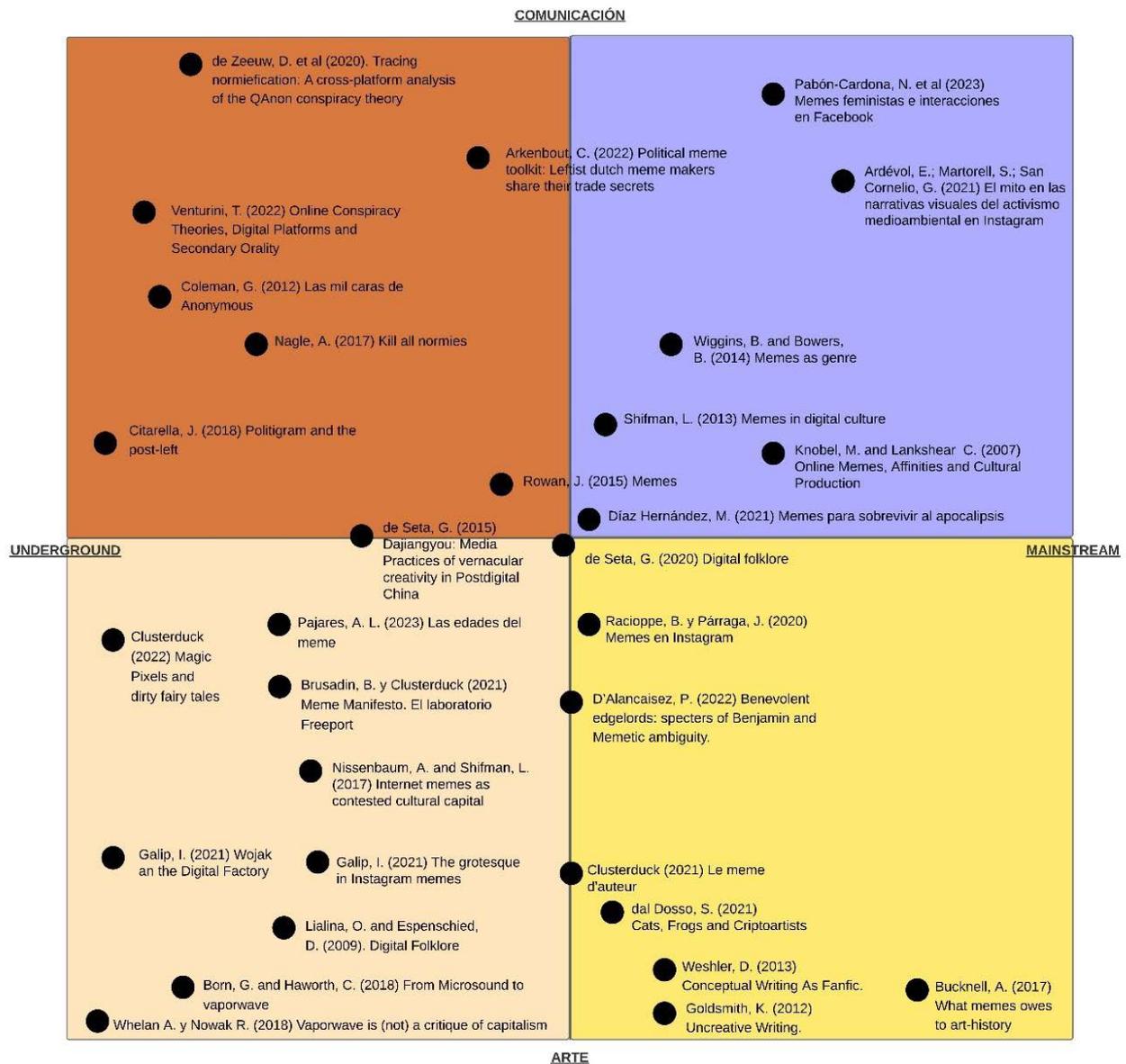
en este eje arroja luz sobre los muy diversos campos en los que se encuentran los estudios de memes.

Este ejercicio, entre la producción académica y ‘memética’, no tiene pretensiones totalizadoras ni supone que toda la bibliografía de los estudios de memes pueda encontrar su lugar en este mapa. He excluido los estudios en memética derivados de la tesis de Richard Dawkins (1976) para centrarme exclusivamente en los memes de Internet. Igualmente, es necesario apuntar que la ubicación de los cuatro cuadrantes de este gráfico no guarda necesariamente relación con los ejes del gráfico original. Es más, preocupaciones y enfoques políticos se pueden encontrar en la gran mayoría de estudios de memes, ya sea desde el activismo, la comunicación política, la cultura popular, el capital cultural o la representación y la subjetivación política.

El meme está siempre a caballo entre la broma privada y el fenómeno viral, entre la herramienta de

comunicación masiva y la expresión artística contracultural. Poner atención sobre este fenómeno puede dar importantes claves sobre las dinámicas creativas, comunicativas o activistas contemporáneas. Generalmente, el meme se ha entendido como una imagen viral fácilmente comprensible y compartible, y desde esta comprensión se ha explorado su potencial comunicativo para la comunicación política, el activismo o el marketing. Sin embargo, si abrimos el foco podemos observar que los estudios sobre memes abordan también otros temas como la oralidad, los mitos, la migración de plataformas, el *hacking*, la herencia de las vanguardias, lo carnavalesco, la construcción de la autoría o el cercamiento de los bienes comunes en el contexto digital. La intención de este ejercicio lúdico-investigativo es estimular la reflexión sobre cómo nos enfrentamos desde la investigación a este fenómeno de la creatividad vernácula digital.

Figura 2. Political Compass de estudios sobre memes.
Fuente: Elaboración propia



2. Comunicación-underground

En 2018 el artista Joshua Citarella (2018) publica el libro *Politigram & the Post-left*, en el que a través de capturas de pantalla muestra el nicho memético-político del *politigram*. Una red de ideólogos amateur, creadores de contenido y *trolls*, «en su mayoría jóvenes blancos varones de entre doce y diecisiete años —con notables excepciones—» (Citarella, 2018, p. 5) dedicados a ampliar y cubrir espacios ambiguos y extremos del espectro político. En el *politigram*, los memes son artefactos que construyen, condensan y comunican estas ideologías de nicho como la *egoist post-left*, los *Fully Automated Luxury Communists* o el *anarco-futurismo anti civilizatorio*. El fenómeno digital del *politigram*, en la preocupación por lo identitario, en el ejercicio creativo de crear miles de categorías para nombrar y ordenar posiciones e identidades y en su comunidad adolescente, es muy similar a los fenómenos de microgéneros musicales meméticos como el *vaporwave* (Whelan y Nowak, 2018; Born y Haworth, 2018; Glitsos, 2018; Harper, 2017; Autor, 2022) o los espacios para la experimentación y la subjetivación política identitaria de género y sexualidad en Tumblr (Clusterduck, 2021).

En sintonía con esta comunicación política de nicho, que en ocasiones puede dar el salto al *mainstream*, Angela Nagle (2017) cuenta en su libro *Kill all normies* la deriva derechista de las comunidades de 4chan y la cultura de Internet. En su historia de cómo se construye la *alt-right* (derecha alternativa) en estas comunidades, la autora conecta prácticas propias de la cultura de Internet como el *trolleo*, el *hacking* y la creación de memes con el ascenso de esta renovada fuerza política de derechas (anti-feminista, contracultural, transgresora, racista y contra de la corrección política) que deriva en la llegada al poder de Donald Trump. En los análisis de Nagle, los memes forman parte de una subcultura más amplia de *trolleo* y voluntad de romper tabúes de comunidades de nicho de Internet. Símbolos meméticos como la Rana Pepe, el Pedobear o Patrick Bateman de *American Psycho*, son artefactos para articular una subjetivación política de la subcultura underground de Internet. La autora relaciona estas disposiciones y formas transgresoras, románticas, anti-sistema y ambiguas con las vanguardias de principios de siglo y la cultura *beat* de Estados Unidos, especialmente con sus excesos filofascistas y patriarcales. Los memes, así como las prácticas anónimas y transgresoras de los *trolls*, son principalmente leídos como herramientas para comunicar ideales de la *alt-right* e imponer una hegemonía política.

Igualmente, centrado en las dinámicas de 4chan vinculadas a la *alt-right* están los estudios de Tomasso Venturini (2022) y Daniël de Zeeuw et al. (2020). Ambos análisis se centran en la narrativa conspiracionista *Qanon*, surgida de los foros de las comunidades que aborda Nagle (2017). Venturini (2022) se centra en analizar esta narrativa vernácula de Internet como una forma de oralidad secundaria (Ong, 1996). Analizando los flujos de comunicación desde una perspectiva temporal, a través de la idea de la *economía de la atención*, Venturini resalta como características centrales de estas formas comunicativas la evanescencia, la flexibilidad y el carácter agonístico o impactante. De Zeeuw et al. (2020) también estudian la narrativa conspiracionista de *Qanon* analizando su forma de difusión, o sea, su recorrido a través de distintas plataformas. Para

narrar esta migración de plataformas desde 4chan a Reddit o Youtube, y hasta cadenas de televisión, los autores utilizan el concepto de *normiefication*, utilizado vernacularmente para designar el proceso por el cual memes y otros artefactos nativos *underground* se popularizan y se formalizan. Ambos estudios suponen un análisis de cómo ciertos contenidos migran de unas plataformas digitales a otras y cómo se transforman en el proceso.

Podemos entender la obra de Nagle (2017) como un análisis de las peores derivas de la *cultura chan* o la cultura de Internet, que Gabriella Coleman (2012) ya abordó desde una perspectiva más compleja. Ambas autoras centran sus análisis en las prácticas y éticas de la subcultura *chan* de Internet: *trolleo*, *doxéo*, transgresión y ruptura de tabúes, carnaval digital, memes, anonimato, ironía, grandilocuencia... Coleman (2012) describe etnográficamente esta subcultura como un espacio ambiguo de embaucadores y bromistas, en el que encuentra las mejores y las peores acciones sociales multitudinarias. Así como Nagle (2017) analiza la emergencia de la *alt-right* en este caldo de cultivo, Coleman (2012) narra el origen y el devenir del movimiento activista Anonymous. La antropóloga relaciona brillantemente las prácticas de *trolleo* y la subcultura memética de Internet con la ética hacker y las acciones de Anonymous contra la Iglesia de la Cienciología (Project Chanology), en apoyo a *Wikileaks* (#operationpayback) o en la Revolución de la Dignidad tunecina del 2010-2011 (Operación Túnez). Tanto Nagle como Coleman abordan la creación memética sin centrar su atención en sus aspectos formales o materiales, sino como prácticas propias de una subcultura de Internet como el *hacking*. Así, los memes no son definidos explícitamente ni son entendidos como contenidos multimedia virales, sino que se presentan como acciones, creaciones o performances rituales de comunidades online.

Con el foco puesto en la capacidad para la comunicación política de los memes, la editora de *Critical Meme Reader*, Chloë Arkenbout (2022) muestra las «técnicas de guerrilla» de *meme-makers* holandeses de izquierdas. Como respuesta a los numerosos análisis de las técnicas y estrategias de guerrilla comunicativa de la derecha, y a la terrible máxima estadounidense de que la izquierda no puede hacer memes (*The left can't meme*), Arkenbout (2022) entrevista a las principales cuentas de memes de izquierdas holandesas para ahondar en sus tácticas comunicacionales. Partiendo de que los memes pueden ofrecer contra-narrativas para el cambio social y la expresión de la solidaridad y la unión, la autora se pregunta qué es lo que hace que un meme de izquierdas sea bueno. Centrándose en cuestiones formales y performativas aborda la tensión entre la valorada ironía ambigua de los memes de nicho y la capacidad de estos de llegar a audiencias más amplias para activar la acción política.

Estos estudios cambian el foco del análisis de las características de las imágenes virales a las dinámicas de la migración entre plataformas de ciertos discursos y sensibilidades políticas. A través de conceptos vernáculos de comunidades 'memeras' como *normiefication*, abordan las continuidades y discontinuidades entre las dinámicas de los ambientes *underground*, más proclives a la construcción de sensibilidades políticas radicales, y las dinámicas de comunicación generalistas. Partiendo del análisis de comunidades

underground, mapean cómo movimientos políticos minoritarios como la *alt-right*, *Anonymous* o la narrativa conspiracionista *Qanon* logran ampliar su calado para afectar la política generalista.

Acercándonos al centro de la brújula encontramos el libro *Memes. Inteligencia idiota, política rara y folclore digital* de Jaron Rowan (2015). En este libro, el autor hace un repaso por los orígenes y la breve historia de los memes, respondiendo críticamente a las teorías meméticas biologicistas inspiradas en Dawkins (2000). Rowan analiza los memes dentro de una subcultura de Internet y unas prácticas humorísticas y repetitivas de *geeks*, que puede rastrearse hasta el nacimiento del término *spam* hacia finales de los 70s. Desde la óptica del folclore digital y ligándolos con los movimientos de *software libre* (Kely, 2018), el autor pone énfasis en el carácter colectivo, anónimo y popular de los memes para reflexionar sobre su papel en la construcción de una esfera pública.

3. Comunicación-mainstream

Desde un punto similar a Rowan (2015), Marianne Díaz Hernández (2021) conceptualiza los memes como uno de los pilares de la cultura participativa o cultura del remix. Así, «un meme no es una sola idea o imagen que se difunde a través de diferentes sitios web, sino un conjunto de ítems que se crean teniendo conciencia de la existencia de los otros» (Díaz Hernández, 2021, p. 6). La autora ubica los memes en una intersección entre la expresión artística y la comunicación, centrándose en su importancia para generar una esfera pública y para el ejercicio de los derechos de libertad de expresión, reunión y asociación. Siguiendo a Sean Rintel (2013), y en sintonía con la política idiota de Rowan (2015), declara que los memes, sin pretender abrir discusiones profundas o presentar discursos razonados, tienen un lugar importante en el espacio democrático, siendo una muestra de participación en la vida civil. A este respecto, Natalia Pabón-Cardona et al. (2023, p. 226), en su análisis de memes feministas, van más allá al proponer que el debate político articulado a través de los memes «no debe ser entendido como subsidiario de los ‘grandes temas serios’, sino que debe analizarse como parte fundamental de los avances del discurso feminista en el país».

Por otro lado, Díaz Hernández (2021, p. 14), analiza el proceso memético como el «proceso mediante el cual separamos las ideas en dos niveles (contenido y estructura) y manipulamos las relaciones entre ellos, un proceso que denominamos ‘templabilidad’ (*templability*), es decir, el acto de hacer de algo una plantilla (*template*), un vector de significado cuya relación contextual puede ser manipulada». Esta postura orientada al análisis formal es utilizada para tratar la problemática del *copyright* y los derechos de autor en la producción de memes. Apoyándose en varios casos de problemáticas de *copyright* en memes y en sintonía con las posturas de la cultura libre (Lessig, 2005), la autora muestra el problema de la existencia de leyes de *copyright* para el ambiente creativo de los memes. Díaz Hernández (2021) analiza las leyes de *copyright* en relación a la censura política con casos como el del ex presidente de Ecuador, Rafael Correa, quien solicitó el retiro de imágenes de la televisión pública y de Youtube que pretendían visibilizar protestas de comunidades locales y estudiantiles, alegando infracción de derechos

de autor. A este respecto, advierte sobre la potencial censura derivada de la aplicación de filtros de contenido automatizados para la detección de violaciones de *copyright* en plataformas digitales.

Más cercanos a la esquina del espectro comunicación-mainstream tenemos los estudios de Natalia Pabón-Cardona et al. (2023) y Elisenda Ardévol et al. (2021) centrados en el uso de memes como herramientas para el activismo político generalista. Ardévol et al. (2021) se enfocan en la dimensión mitológica de las narrativas vehiculadas a través de memes compartidos por *influencers* eco-activistas en Instagram. El análisis discursivo de estos memes revela una serie de elementos que conforman la generación de mitologías postmodernas relacionadas con nuevas formas de entender la relación entre humanos y naturaleza. Igualmente, Pabón-Cardona et al. (2023) analizan el contenido discursivo de los memes, preguntándose por su potencial político para reproducir o cuestionar jerarquías sociales. A través de una etnografía en dos páginas de Facebook de memes feministas, estas autoras conceptualizan los memes como dispositivos comunicacionales que sirven: uno, como vehículo de denuncia; dos, para la creación de redes de crítica y argumentación feminista; y tres, como dispositivo de documentación de la violencia contra las mujeres en espacios online (al recoger y reutilizar comentarios trillados del argumentario antifeminista).

Cerca del centro he ubicado los estudios más clásicos y ampliamente citados de Michele Knobel y Colin Lanshear (2006), Limor Shifman (2013) y Bret Wiggins y Bradley Bowers (2015). Los estudios pioneros de Knobel y Lanshear (2006) están contruidos desde el enfoque del alfabetismo digital (*digital literacy*). Esta forma de enfrentarse al estudio de los memes no puede ser reducida al eje arte/comunicación, pero la englobamos dentro de este cuadrante por preguntarse sobre las claves del éxito de los memes y por analizar sus conexiones con los medios de comunicación tradicionales (periódicos, televisión...). Los autores parten de las teorías meméticas derivadas de Dawkins para aplicarlas con un enfoque sociológico, atendiendo al papel de los memes en espacios culturales concretos. Así, utilizan conceptos de Dawkins como éxito, fidelidad, fecundidad o longevidad y tratan de identificar las características concretas de los memes online exitosos. En sus análisis formalistas y generalistas, Knobel y Lanshear (2006), al igual que otros autores (Rowan, 2015; Wiggins y Bowers, 2015, Ardévol et al., 2021) hacen desafortunadas tipologías de memes que en su intento de ordenar, cierran los posibles significados y derivas del término. En este caso, crea una tipología basada en el propósito (humorístico, bromista, fan...) de los mismos, y enuncian características generales de los memes exitosos, como el humor, la intertextualidad y la yuxtaposición anómala de imágenes (Knobel y Lanshear, 2006).

Wiggins y Bowers (2015), en su artículo ‘Memes as genre’, intentan construir un marco teórico para el análisis de los memes online. Englobándolos en la cultura participativa (Jenkins, 2007) y valiéndose de la teoría de la estructuración de Anthony Giddens, analizan el desarrollo de memes como géneros comunicativos. Los autores analizan la evolución de los memes observando cómo se convierten en géneros, o sea, en un conjunto de normas y convenciones que guían las acciones culturales humanas. Estos autores, en sus intentos

de generar un marco teórico, introducen tres términos que hacen referencia a los estadios del desarrollo de un meme: *Spreadable media* (mensajes multimedia sin alterar, como un tráiler o un videoclip), *emergent meme* (producido por la alteración y remezcla de un *spreadable media*) y *meme* (un género derivado de numerosos *remixes* y las alteraciones producidas por la cultura digital participativa). Pese a que la concepción de género utilizada es amplia y abierta a la creatividad y el dinamismo, la voluntad teórica de abstracción y generalización de las autoras las hace analizar los memes fuera de contexto de producción, como expresiones culturales autónomas.

Una diferencia relevante entre los estudios descritos en el primer cuadrante y estos últimos es el objeto de estudio. Mientras que los análisis de Coleman (2012), Nagle (2017) o Citarella (2018) observan comunidades de práctica desde una aproximación más antropológica, Knobel y Lanshear (2006) y Wiggins y Bowers (2015) se enfocan en los elementos comunicativos, o sea, en los memes y su forma. Esta conceptualización formalista abstrae los memes y los separa de otras prácticas y disposiciones folklóricas digitales (como el *trolleo*, el *copypasteo*, el *spameo* o el *hacking...*). Desde este enfoque los memes dejan de ser elementos propios de ciertas subculturas para significar formas abstractas propias de la comunicación online.

Al analizar abstractamente los memes, surgen distinciones como *spreadable media* y *meme* (Wiggins y Bowers, 2015) o la distinción de Shifman (2011) entre *viral* y *memético*. Esta última distinción separa entre un contenido ampliamente difundido (*viral*) del mismo contenido reinterpretado, intervenido y remezclado (*meme*). Rowan (2015, p. 40) siguiendo a Shifman (2011), afirma que «la diferencia principal los virales y los memes es la variación». Piia Varis y Jan Blommaert (2015) cuestionaron esta distinción afirmando que los propios actos recontextualización y compartición implican una re-semiotización y una intervención creativa en el significado. Venturini (2022), al reparar en cómo las plataformas proactivamente impulsan contenidos populares en un contexto de competición por la atención, nos da pistas para reformular la distinción entre *viral* y *meme*. En lugar de una distinción formal, nos permite entenderla como una distinción socio-económica, distinguiendo entre lo que es y lo que no es promovido y *viralizado* por las políticas y los algoritmos de las plataformas digitales.

4. Arte-mainstream

Desde la historia del arte, Alice Bucknell (2017) entiende y legitima los memes como formas de arte basándose en sus similitudes y articulaciones con el canon artístico. La artista construye la historia de los memes desde mediados del siglo XX, creando una continuidad con las prácticas y técnicas de la performance, el arte pop o el arte conceptual. Desde esta óptica, el rechazo a la autoría, el carácter democrático, irónico y transgresor o la ruptura de las categorías de alta y baja cultura que traen los memes son vistas como la herencia de las vanguardias.

En la misma línea, desde los estudios y la práctica literaria, autores como Darren Wershler (2013) y Kenneth Goldsmith (2012, 2013) han teorizado y utilizado los memes para entender la literatura contemporánea y proponer nuevas formas de acercarse a la escritura. Estos

autores entienden los memes como los descendientes digitales de las prácticas artísticas de la vanguardia que experimentaban con la copia, la apropiación, la producción modular o el arte conceptual, especialmente de artistas como Marcel Duchamp, Sol Lewitt o Andy Warhol (Goldsmith, 2012, 2013). Wershler (2013) define la escritura conceptual como una práctica popular, similar al *fanfiction*, relatos de fans de películas y series compartidos por chats y foros. Con una sensibilidad artística y sociológica Wershler (2013) afirma que la diferencia entre el *fanfiction* y la escritura conceptual residen en los respectivos campos culturales en los que se desarrollan.

Goldsmith se inspira en los memes para repensar el lugar de la literatura contemporánea, afirmando que Internet, con su rápida proliferación de memes, está produciendo formas de modernismo más extremas de lo que el modernismo jamás soñó (Goldsmith, 2013). Inspirándose tanto en obras y ejercicios literarios y artísticos como en prácticas folklóricas digitales, Goldsmith problematiza las nociones de autoría, plagio y genio en la literatura y especula con un futuro en que las obras literarias sean rápidas, populares y anónimas como memes en la red (Goldsmith, 2012).

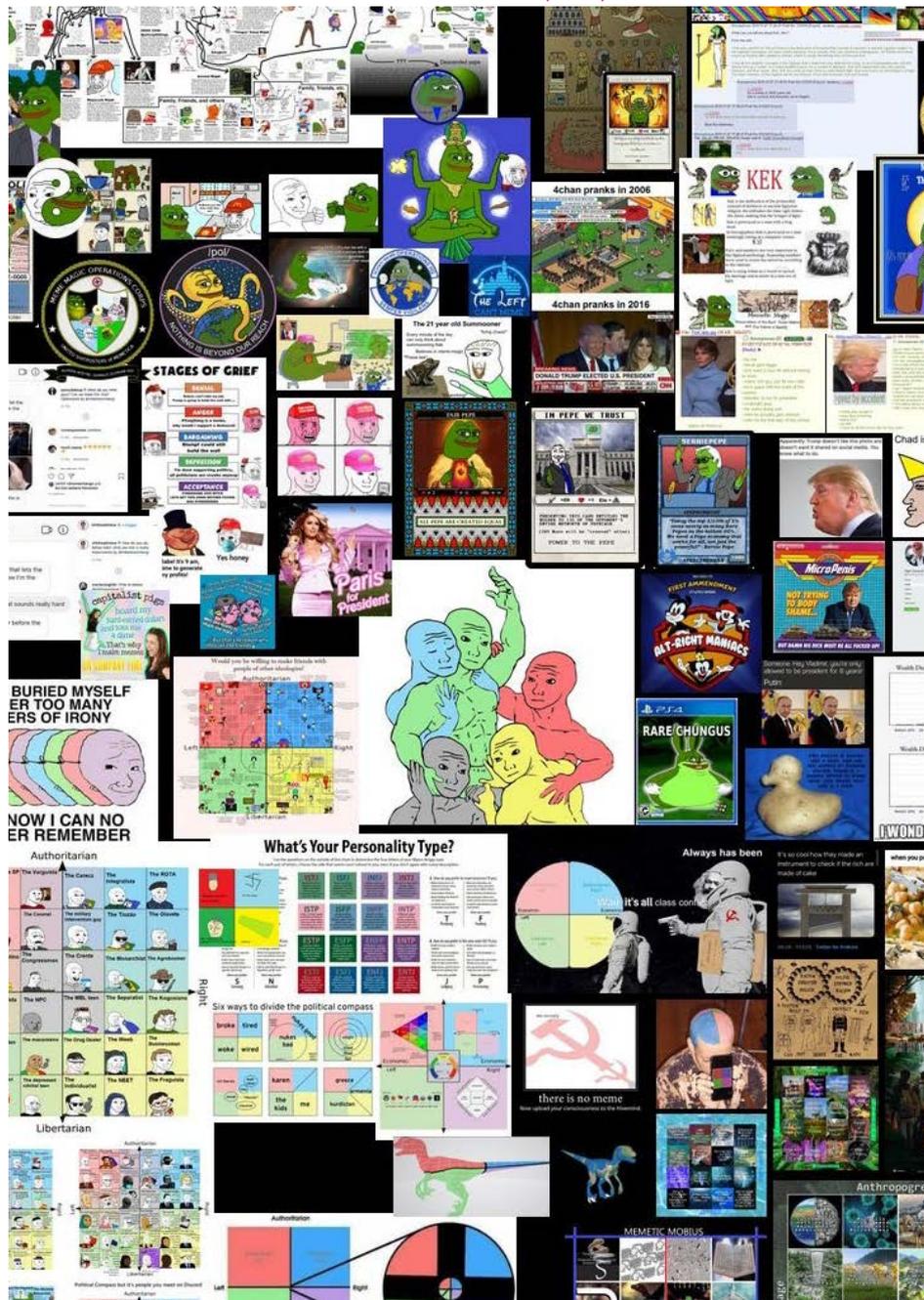
Desde otro enfoque, Pierre D'alancsiez (2022) analiza las articulaciones estético-políticas de los memes y las imágenes virales a través de las tesis de Walter Benjamin. D'alancsiez (2022) afirma que, a pesar de la popularidad del arte político, el carácter ambiguo de los memes hace que no sean tenidos en cuenta por las industrias culturales y las instituciones del arte. Poniendo el foco en la ambigüedad político-ideológica de los memes, el autor analiza las tensiones y relaciones entre la institución y los márgenes en el campo de los memes, al tiempo que reflexiona sobre cómo enfrentar una práctica artística izquierdista desde la ambigüedad propia de las subculturas online.

Tanto Goldsmith (2012, 2013) y Werhler (2013) como D'alancsiez (2022) utilizan los memes para reflexionar sobre cuestiones más amplias de las instituciones artísticas. Para estos autores, los memes son elementos que abren la reflexión sobre cuestiones como las prácticas artísticas apropiacionistas, el papel del autor en la literatura contemporánea o la relación de las instituciones culturales con la mutabilidad y la ambigüedad de las imágenes digitales. Las dinámicas meméticas aparecen aquí como posibilidades para pensar otras formas de hacer arte, literatura y políticas institucionales.

Desde una perspectiva más sociológica, Julieta Racioppe y Bianca Párraga (2020) analizan los memes en Instagram desde sus creadores, poniendo atención a las tensiones entre trabajo y ocio, entre apropiación y autoría, en cuestiones de copyright o en casos de monetización de las cuentas. A través de entrevistas que buscan tener en cuenta las motivaciones y expectativas de los creadores, las autoras dibujan un panorama complejo en el que, más allá de las ideas de cultura libre, folklore, anonimato o activismo, en el campo de los memes la autoría, los usos legítimos y las formas de monetización y profesionalización son constantemente negociadas.

Respecto de estos temas, Silvia dal Dosso (2021) reflexiona cómo se construye la propiedad y la autoría en el incipiente campo nacido de la articulación de los memes y los *NFTs*. En su exploración del mercado del arte digital, la autora profundiza sobre el contexto y la red de relaciones involucrada en la creación artística

Figura 3. Meme Wall [fragmento] del colectivo Clusterduck.
Fuentes: Clusterduck (2020)



y critica la concesión de la propiedad de un meme al creador original, argumentando que un meme no debe considerarse una unidad autónoma de información que se propaga en la red siguiendo un modelo de difusión espacial y viral, y en consecuencia no debe venderse como tal (Dal Dosso, 2021).

Igualmente, el colectivo Clusterduck (2021) analiza la idea de OC (*Original Content*) en el marco del nacimiento de lo que llaman *memes d'auteur*. Clusterduck ubica el nacimiento de un tipo de memes que, aun perteneciendo y conociendo los códigos de la cultura *memera*, experimentan con nuevos formatos y contenidos, abrazando y negociando nociones de autoría en los memes. Estos memes se desarrollan a partir de la diáspora de las comunidades *queer* de Tumblr a otras plataformas como Discord, Instagram y Facebook. Basándose en la idea de OC, Clusterduck (2021) desesencializa la idea de meme como un artefacto anónimo

y *underground* para complejizar las relaciones de las creadoras con los procesos de profesionalización, monetización y autoría, y preguntarse sobre la mercantilización de los memes o el cercamiento de los comunes digitales.

Estos últimos estudios ofrecen preguntas novedosas al campo de los memes y la creatividad en Internet. Los análisis de Racioppe y Párraga (2020) abren cuestiones centrales para entender cómo, dentro del capitalismo de plataformas, prácticas vernáculas de Internet como hacer memes, jugar o subir contenido ocupan una oposición ambivalente entre ocio y trabajo productivo. Los análisis de la profesionalización de la creatividad folklórica, así como de la mercantilización de sus productos a través de tecnologías como los *NFTs*, van más allá del campo de los memes para ofrecer preguntas sobre precariedad y trabajo creativo

o acerca de nuevas formas de cercamiento de los comunes digitales.

5. Arte-underground

El colectivo interdisciplinar Clusterduck aborda el estudio de memes y otros contenidos de Internet desde el arte, el diseño y los *media studies*. A través de proyectos transmedia de investigación/creación como #MEMEPROPAGANDA o #MEMEMANIFESTO han mapeado y analizado los significados, estéticas y potencialidades comunicativas de los memes. El proyecto #MEMEMANIFESTO, compuesto de un libro de artista (Clusterduck, 2021), una instalación, una web y varios *workshops*, supone una aproximación colectiva y colaborativa a la investigación de símbolos y procesos folklóricos digitales a través de la práctica, entendiendo los memes en su dimensión procesual y recursiva.

Del mismo modo, *Meme manifesto. El laboratorio freeport* (Brusadin y Clusterduck, 2021) presenta una versión colaborativa del mismo ejercicio de mapeo y análisis que el colectivo dinamizó junto a otros actores en el marco de una residencia artística. A través de la elección de un 'objeto mágico' (que puede ser un tema recurrente, un símbolo, un *hashtag*...) se explora una zona concreta de la creación memética siguiendo una metodología de *visual thinking*. Estas formas de investigación colaborativa a través del *workshop* suponen un ejercicio a la vez investigador, artístico y archivístico que se pregunta sobre cómo observamos y preservamos el folklore de Internet.

En su artículo 'Magic Pixels and dirty fairy tales: a (very) brief history of memes' (Clusterduck, 2022), el colectivo narra, como un cuento clásico, la historia del *underground* digital: la tensión frente a la *normiefication* de las creaciones de un nicho subcultural en Internet, la deriva derechista de la cultura *chan* y las relaciones entre los creadores de contenido de Internet e industrias culturales. Un ejercicio similar es el que hace Álvaro L. Pajares (2023) en la introducción del libro *Memeceno*, donde narra la historia de los memes desde que eran un elemento más entre muchos dentro de comunidades *underground* hasta sus usos profesionales y artísticos. En el texto de Clusterduck, el colectivo arroja luz sobre la magia de los memes, una sensibilidad y narración mística meta-irónica desarrollada en comunidades de memes vinculadas a la *alt-right*. Clusterduck utiliza este carácter mágico de los memes para ir más allá de los enfoques comunicativos o artísticos, explorando la eficacia simbólica y el carácter performativo de los símbolos del *underground* online. Bani Brusadin (2021) en la introducción del libro afirma que:

[L]a memética no tiene que ver sólo con el humor, sino con la magia: es una fuerza que convierte las imágenes y los símbolos en objetos mágicos que significan algo más, que actúan y se transforman a la vez. Y como tal, tampoco puede ejercerse sobre ellos ninguna autoridad última ni imponerse ningún límite posible a sus significados (p. 17).

Por otro lado, los estudios de Asaf Nissenbaum y Limor Shifman (2017) sobre los memes como formas de capital cultural subcultural en 4chan suponen una aproximación a los usos de estos desde las teorías *bourdieanas* del gusto y los campos culturales. En su

artículo, Nissenbaum y Shifman (2017) conceptualizan los memes de tres formas como: 'capital subcultural', poniendo atención a las transgresiones de las normas y protocolos en la creación o el uso de memes; 'equilibrios inestables', fijándose en la tensión existente en la creación de memes entre la variación y la norma, analizando el concepto de OC (Original Content) o 'armas discursivas', al analizar sus usos hostiles en interacciones en 4chan. Desde este enfoque, las autoras trazan el campo de la *memesfera* en 4chan y sus formas internas de distinción y valor respecto a la creación y el uso de memes.

Incluyo en este cuadrante los estudios de Andrew Whelan y Raphaël Nowak (2018) y Georgina Born y Christopher Haworth (2018) sobre *vaporwave*, una estética del *underground* online a caballo entre el género musical y el meme con gran relevancia en la construcción de la subcultura de Internet. Whelan y Nowak (2018) centran sus análisis en cómo se construye el *vaporwave* como un género, o sea, en las negociaciones de los significados del *vaporwave* entre el público, las organizaciones comerciales y los artistas. Estos autores reflexionan sobre los procesos de institucionalización del folklore digital a través de la noción de *genre work*, utilizada para designar las prácticas sociales que construyen un género musical. Más allá de aproximaciones formalistas, el enfoque de Whelan y Nowak (2018) analiza las conversaciones, negociaciones y rituales como algo inherente y constitutivo del género entendiendo lo musical como un fenómeno social y cultural que se vincula con procesos sociales como la distinción o la adquisición de capital social.

Del mismo modo Born y Haworth (2018) analizan el ecosistema del *vaporwave*. A través de la noción de creatividad vernácula (Burgess, 2006; Coleman, 2010) las autoras no solo se fijan en los productos culturales (como memes, composiciones visuales, canciones y álbumes...) sino que incluyen como algo central en el género muchas otras formas de mediación online, como la creación y seguimiento de hipervínculos, de *tags*, el uso de seudónimos etc. Desde este enfoque holístico, las prácticas musicales cobran sentido en el contexto multimediático en el que se despliegan, entiendo como un todo inseparable la comunidad y sus formas de expresión.

Este abordaje holístico también está presente en los análisis de los memes, y otras formas creativas de Internet, que abordan el fenómeno en el marco del folklore digital (de Seta, 2020; Lialina y Espenschild, 2009; Rowan, 2015; Galip, 2021a, 2021b, 2021c). Olia Lialina y Dragan Espenschild (2009) recogieron bajo la idea noción de 'folklore digital' una serie de reflexiones y prácticas desarrolladas online «de usuarios para usuarios», problematizando la distinción entre artistas y hackers cualificados, por un lado, y usuarios, con bajo estatus y limitaciones técnicas. Estos autores definen el folklore digital como las costumbres y elementos de la cultura visual, textual y sonora surgidos del compromiso de estos 'usuarios' con las aplicaciones informáticas personales (Lialina y Espenschild, 2009, p. 9). Esta aproximación holística genera un espacio para analizar las prácticas creativas vernáculas de Internet más allá de la distinción entre artistas y creadoras o de formas de expresión legítimamente artísticas, como la escultura o la instalación, integrando otras formas como la modificación de videojuegos (MODs), el diseño web o los memes. Esta sensibilidad

queda hermosamente reflejada en la frase de Cory Arcangel (2009, p. 7) en la introducción: «while these artists were doing strange things with the internet, the online 'everybody else' was doing the same» [mientras estos artistas hacían cosas raras con Internet, todos los que estaban online hacían lo mismo].

En su tesis doctoral, Gabriele de Seta (2015) habla de prácticas *dajiangyou* haciendo referencia a las formas de circulación de folklore digital en China. Traduciendo el término como 'pasar del rollo' o 'simplemente pasar por ahí', de Seta (2015, p. 8-9) lo vincula a la expresión *doing nothing*, describiendo así el ambiente y el *ethos* en el que se desarrolla el folklore digital chino. Esta idea presenta una forma concreta de enfrentarse a la creatividad y al quehacer diario en el ambiente folklórico digital que rechaza la profundidad y la vehemencia a favor de la improvisación diaria y el 'no hacer gran cosa'. Estas formas de estar, según de Seta (2015), revelan un complejo de prácticas como intercambiar historias, bromear, compartir ideas raras, compartir memes, jugar con las palabras y rebajar o ridiculizar los temas sensibles, que conforman las dinámicas folklóricas de Internet.

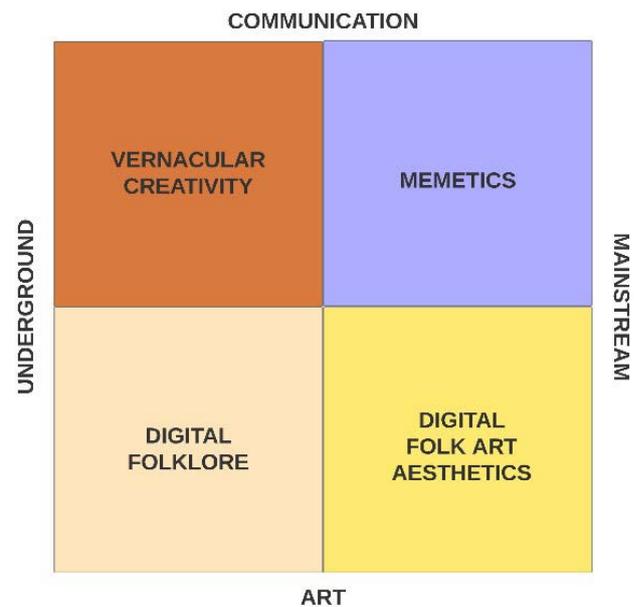
Idil Galip (2021b) reflexiona sobre la definición de los memes, en un sentido que guarda continuidad con la idea de Seta (2015). La etnógrafa cuenta cómo la acción de explicar lo que era un meme a un público académico le hacía sentir como una informante en contra de la cultura de meme, como si estuviera revelando una suerte de secreto latente en la esencia de los memes (Galip, 2021b, p. 70). En su texto 'The grotesque in Instagram memes' (Galip, 2021a), la autora analiza la creación y compartición de memes como rituales bufonescos a través del concepto antropológico del carnaval. Poniendo el foco en la estética inquietante y bizarra de los memes desde un análisis visual entiende los memes grotescos como un elemento del folklore digital que crea, a través del horror y la incomodidad, una comunión corporeizada entre el meme, creadores y audiencias amplias.

Los distintos análisis comprendidos en esta sección no describen los memes como herederos de las vanguardias artísticas, sino que tienen una aproximación más situada, atendiendo a la singularidad de los mismos. Lejos de utilizar marcos analíticos del arte, estos análisis utilizan categorías vernáculas y una sensibilidad adquirida de la inmersión en la práctica. Los memes, como otros fenómenos creativos *underground* sirven aquí para problematizar el mundo del Arte y expandirlo hacia otras prácticas y ambientes. En lugar de entenderlos memes de forma abstracta, analizan por qué medios éstos se ordenan en géneros o se convierten en arte. La noción de *normiefication* actúa aquí como herramienta analítica para enfocar los procesos por los cuales los memes pasan de ser una cosa más entre muchas otras a elementos reconocibles y valorados.

Finalizo esta sección con el análisis de de Seta (2020, p.167) sobre los estudios en folklore digital, en el cual presenta cuatro perspectivas a través de las cuales se ha enfrentado el estudio de las prácticas vernáculas de Internet: «Internet folkloristics, vernacular creativity, digital folk art aesthetics, and memetics». La primera es una continuidad de los estudios de folklore que se pregunta sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la definición y construcción del mismo. Por otro lado, la perspectiva de

la creatividad vernácula se acerca al fenómeno de una forma menos formalista, dando precedencia a las prácticas sobre los objetos, o sea, a la producción social de géneros sobre la acumulación de repertorios (de Seta, 2020: 174). A su vez, desde el arte y el diseño, el folklore digital engloba un abanico de experimentación estética, no profesional y muchas veces deslegitimada por la institución del arte. Esta aproximación artística se centra en las estéticas y las materialidades de las creaciones. Y por último, el enfoque memético se acerca al folklore digital atendiendo a los elementos replicables y preguntándose por cuestiones comunicacionales de éxito o contagio. Los trabajos presentados en este texto podrían igualmente ser ordenados en estas cuatro perspectivas que propone de Seta. Como ejercicio final podemos pensar una correspondencia entre ellas y los cuatro cuadrantes del Political Compass que he utilizado en esta revisión. En este último gráfico presento esta correspondencia, sustituyendo la perspectiva de *Internet Folkloristics* por la de *Digital Folklore*, como la definen Lialina y Espenschied (2009).

Figura 4. *Digital folklore* political compass [creatividad vernácula, memética, folklore digital, estética del arte popular digital].
Fuente: Elaboración propia



6. Conclusiones

A través de las distintas referencias hemos podido observar cómo los memes han sido abordados desde muy diferentes perspectivas. En este artículo he mapeado algunas aproximaciones analíticas a los memes desde los estudios culturales, la antropología, los *media studies*, los estudios en comunicación, la historia del arte, el diseño, la sociología, la literatura o la musicología. Con este gráfico pongo de manifiesto el carácter interdisciplinar de los estudios sobre memes, así como la posición híbrida del meme entre la cultura popular, el arte y la comunicación.

El eje *underground - mainstream* ha revelado como el meme puede hacer referencia a muy distintos objetos de estudio. En los cuadrantes *underground* están los estudios que abordan la creatividad en la contracultura y las subculturas digitales. Estos se centran en las dimensión cultural (en un sentido

antropológico) de los ecosistemas meméticos, en los significados profundos de los memes y en su función como artefactos para la conformación de comunidades de nicho online. Los análisis recogidos aquí tienen una visión holística y, lejos de definirlos por sus formas o contenidos, entienden los memes en relación con otras acciones creativas digitales que se desarrollan en comunidades de práctica. Así en la parte *mainstream* se han englobado estudios de corte más generalista, que abordan la comunicación de masas o las formas artísticas en un sentido formal o histórico. Varios análisis de estos cuadrantes abstraen los memes y los separan de otras prácticas para categorizarlos, definirlos como géneros o vincularlos a tradiciones artísticas.

El eje comunicación - arte muestra cómo los estudios de memes abordan desde cuestiones estéticas (como lo grotesco), sociológicas (la distinción o la autoría), económicas (la privatización de los comunes en ambientes digitales a través de tecnologías como el *copyright* o los *NFTs*) y politológicas (la construcción de la esfera pública o los procesos de subjetivación política). En los cuadrantes de *comunicación*, hemos podido observar la capacidad de los memes para generar narrativas que cuestionan (o reproducen) la hegemonía y reflexionar sobre su alcance. Reconocer el potencial de los memes para afectar la vida política en los distintos casos expuestos permite considerarlos como herramientas de comunicación política que son desplegadas con diversos propósitos en lugar de bromas sin importancia. Los cuadrantes de *arte* muestran cómo muchas investigadoras han usado los memes como herramientas de análisis para repensar y ampliar las fronteras de lo que se entiende por arte y creatividad. Hemos presentado análisis que entienden los memes como herederos de las vanguardias artísticas del siglo XX, así como otras aproximaciones que exceden las categorías de arte y comunicación para entender los memes como símbolos y artefactos mágicos que vehiculan afectos y sentires. Igualmente hemos observado varios análisis de las dinámicas de mercantilización de objetos digitales y de profesionalización de la creatividad vernácula.

Varios caminos de los aquí presentados ofrecen nuevas vías para renovar los estudios sobre memes y ampliar su alcance. La noción vernácula de *normification* ha sido utilizada en diversos estudios para describir diversos procesos que actúan sobre los memes. Desde una perspectiva comunicacional, la idea de *normification* ha sido empleada para narrar la migración entre plataformas de contenidos, discursos y sensibilidades. Esta noción, que describe la transición de los memes de ambientes *underground* a ambientes generalistas y, por tanto, su transformación, se ha utilizado para describir la popularización de sensibilidades políticas extremistas que tienen origen en comunidades digitales de nicho. Igualmente, desde una perspectiva artística, también ha sido empleada para describir los procesos por los cuales los memes se ordenan en géneros o se convierten en herramientas de uso profesional, por parte de creadoras de contenido o artistas. Estos temas englobados bajo la noción de *normification* abren nuevas preguntas y caminos para analizar, no solo los memes de Internet, sino otros fenómenos inscritos en la tensión *underground/mainstream*.

En relación con estas transformaciones que sufren los memes en su procesos de migración entre plataformas, hemos presentado revisiones de la distinción entre *meme* y *viral* que van más allá de su definición formalista. Si bien hemos observado que la distinción formal que separa entre virales —como contenidos inalterados—, y memes —como tales contenidos alterados— no es significativa, reparar en la construcción de la viralidad por parte de las plataformas nos ofrece nuevas vías para pensar estas categorías. Por otro lado, en relación con la intervención de las políticas de las plataformas en las dinámicas meméticas, hemos observado estudios que analizan cómo las leyes de *copyright* afectan a los memes. La cuestión de cómo la aplicación de leyes de *copyright* puede significar una censura política, así como el papel de los filtros automatizados de *copyright*, abren preguntas necesarias y urgentes.

Preguntas sobre el papel de los creadores de memes y sus prácticas creativas apuntan a temas centrales para entender la relación entre el trabajo y el ocio en el capitalismo de plataformas. Trascender la descripción de los memes como elementos populares anónimos propios de una cultura participativa para observar cómo surgen nociones de autoría y procesos de profesionalización entre creadoras de contenido es necesario para entender el ecosistema creativo digital. Apuntar a las expectativas de las creadoras de memes y a los procesos por los cuales monetizan su contenido es importante para entender nuevos modelos de trabajos precarios, así como nuevas formas de cercamiento de los comunes digitales, por ejemplo, a través de los *NFTs*.

Por último, hemos apuntado a varios autores que observan en las dinámicas meméticas potenciales vías para especular con nuevas formas de hacer arte y literatura. Las formas de hacer de la creatividad vernácula de Internet, acelerada, apropiacionista o ambivalente pueden inspirar corrientes literarias o servir para imaginar otras formas de hacer arte político. Estas posiciones no sólo analizan las dinámicas de creación de los memes, sino que las utilizan como herramientas con las que experimentar artísticamente.

Poniendo atención sobre las diversas formas de abordar los memes he pretendido abrir el campo de los estudios de memes más allá de cuestiones de viralidad, potencial comunicativo o arte popular. En su desarrollo en la última década, los memes han dejado de referirse exclusivamente a fenómenos rápidos y virales para comprender otras formas de expresión, creatividad y comunicación. Con esta mirada panorámica podemos ver cómo los memes no son exclusivamente imágenes virales de creadores anónimos populares, sino que su creación y difusión puede ir de la mano de empresas, campañas políticas orquestadas y profesionales del arte y la comunicación. Los memes nos enfrentan al reto intelectual de cómo analizar una realidad cambiante y viva a la que debemos acercarnos con una mirada holística y una actitud transdisciplinar.

7. Declaración sobre el uso de LLM

Este artículo no ha utilizado para su redacción textos provenientes de un LLM (ChatGPT u otros).

8. Referencias

- Arcangel, Cory (2009). Everybody else. En Olia Lialina y Dragan Espenschied (Eds.) *Digital Folklore* (pp. 7-8). Merz y solitude
- Ardévol, Elisenda, Martorell, Sandra y San Cornelio, Gemma (2021). El mito en las narrativas visuales del activismo medioambiental en Instagram. *Comunicar*, 68, 59-70. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-05>
- Arkenbou, Chloë (2022) Political meme toolkit: Leftist Dutch meme makers share their trade secrets. En Chloë Aarkenbout y Laurence Scherz (Eds.) *Critical Meme Reader II: Meme tacticality* (pp. 20-31). Institute of Network Cultures. https://networkcultures.org/wp-content/uploads/2022/11/Critical-Meme-Reader-II_Memetic-Tacticality_INC-2022_INC-Reader-16.pdf
- Born, Georgina y Haworth, Christopher (2018). From Microsound to vaporwave: Internet-mediated music, online methods and genre. *Music and Letters*, 98(4), 601-647. <https://doi.org/10.1093/ml/gcx095>
- Brusadin, Bani y Clusterduck (Eds.) (2021). *Meme manifesto. El laboratorio Freeport*. Matadero Estudios Críticos. Vol. 3. https://freeport.institute/cargo/MEC_Freeport_2020_Mememanifesto.pdf
- Bucknell, Alice (2017, 30 de mayo). What memes owe to art-history. *Artsy*. <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-memes-owe-art-history>
- Burgess, Jean (2006). Hearing ordinary voices: Cultural studies, vernacular creativity and digital storytelling. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies Special Issue on Counter-Heroics and Counter-Professionalism in Cultural Studies*, 20(2), 201-214. <https://doi.org/10.1080/10304310600641737>
- Citarella, Joshua (2018) *Politigram and the post-left* (Short Ed.). Autoeditado. http://joshuacitarella.com/_pdf/Politigram_Post-left_2018_short.pdf
- Clusterduck [@realclusterfuck] (3 de noviembre 2020). During the #MEMEMANIFESTO workshop at #FREEPORT, we will dive together into the deepness of the social web [...]. Twitter. <https://twitter.com/realclusterfuck/status/1323586365985071104>
- Clusterduck (2021). Le meme d'auteur or: How we learned to stop worrying and love original content memes. En Chloë Aarkenbout, Jack Wilson y Daniel de Zeeuw (Eds.) *Critical meme reader I: Global mutations of the viral image* (pp. 89-100). Institute of Network Cultures. <https://networkcultures.org/wp-content/uploads/2021/09/CriticalMemeReader-1.pdf>
- Clusterduck (2022). Magic Pixels and dirty fairy tales: a (very) brief history of memes. En Kensuke Sembo (Ed.) *A DECADE TO DOWNLOAD - The Internet Yami-Ichi 2012 - 2021*. (pp. 582-291) <https://archive.org/details/a-decade-to-download-the-internet-yami-ichi-2012-2021>
- Coleman, Gabriella (2010). Ethnographic approaches to digital media. *Annual review of anthropology*, 39, 487-505. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.012809.104945>
- Coleman, Gabriella (2012). *Las mil caras de Anonymous*. Arpaeditores.
- dal Dosso, Silvia (2021). 'Cats, Frogs and Cryptoartists: WhatifAuteur.jpgsBecomeaLuxuryGood?' Institute of Network Cultures. <https://networkcultures.org/longform/2021/03/11/cats-frogs-and-cryptoartists-what-if-auteur-jpgs-become-a-luxury-good/>
- D-D-Dakota (2019, 16 de junio). political compass political compass [Mensaje en el foro en línea]. Reddit.
- Dawkins, Richard (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- de Seta, Gabriele (2015) *Dajiangyou: Media practices of vernacular creativity in postdigital China* [Tesis Doctoral]. The Hong Kong Polytechnic University. <https://theses.lib.polyu.edu.hk/handle/200/8413>
- de Seta, Gabriele (2020). Digital folklore. En Jeremy Hunsinger, Matthew M. Allen y Lisbeth Klastrup (Eds.) *Second International Handbook of Internet Research* (pp. 167-184). Springer Nature B.V.
- de Zeeuw, Daniël; Hagen, Sal; Peeters, Stijn y Jokubauskaite, Emilija (2020). Tracing normification: A cross-platform analysis of the QAnon conspiracy theory. *First Monday*, 25(11). <https://doi.org/10.5210/fm.v25i11.10643>
- D'Alancaisez, Pierre (2022). Benevolent edgelords: Specters of Benjamin and Memetic ambiguity. En Chloë Aarkenbout y Laurence Scherz (Eds.) *Critical memereaderII: Memetacticality* (pp.32-51). Institute of Network Cultures. https://networkcultures.org/wp-content/uploads/2022/11/Critical-Meme-Reader-II_Memetic-Tacticality_INC-2022_INC-Reader-16.pdf
- El tito Kasti [@prodelkastineoj] (31 de marzo de 2021). *En los comentarios sólo quiero gente que me dé la razón buenas tardes* [Imagen]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CNFky8AjXtJ/>
- Galip, Idil (2021a). The 'grotesque' in Instagram memes. En Chloë Aarkenbout, Jack Wilson y Daniel de Zeeuw (Eds.) *Critical meme reader: Global mutations of the viral image* (pp. 27-40). Institute of Network Cultures. <https://networkcultures.org/wp-content/uploads/2021/09/CriticalMemeReader-1.pdf>
- Galip, Idil (2021b). Wojak and the digital factory. *Content*, 21, 68-80. <https://memelab.bard.edu/>
- Galip, Idil (2021c, 17 de diciembre). 'Memes, irony and ugliness'. Institute of Network Culture. <https://networkcultures.org/viralimageculture/2021/12/17/memes-irony-and-ugliness/>
- Glitsos, Laura (2018) Vaporwave, or music optimised for abandoned malls. *Popular Music*, 37(1), 100-118. <https://doi.org/10.1017/S0261143017000599>
- Goldsmith, Kenneth (2012). *Escritura no-creativa. Gestionando el lenguaje en la era digital*. Caja negra.
- Goldsmith, Kennet (2013, 22 de Octubre) The writer as meme machine. *The Guardian*. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/the-writer-as-meme-machine>
- Harper, Adam (2017) How Internet music is frying your brain. *Popular Music*, 36(1), 86-97. <https://doi.org/10.1017/S0261143016000696>
- Jenkins, Henry (2007) *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Kelty, Christopher (2018). *Two bits. La trascendencia cultural del software libre*. Icaria.
- Knobel, Michele y Lankshear, Colin (2007). Online memes, affinities, and cultural production. En Michele Knobel y Colin Lankshear *New literacies sampler* (pp. 199-227). Peter Lang.
- Lessig, Lawrence (2005). *Por una cultura libre*. Traficantes de sueños.

- Lialina, Olia y Espenschied, Dragan. (Eds.) (2009). *Digital Folklore*. Merz & solitude.
- Martínez-Pais, Santiago (2021, 28-30 de abril). *Formato y contenido: Una propuesta para crear una definición operativa del concepto meme* [Comunicación en congreso]. VI Congreso Comunicación y Pensamiento. Sevilla, España.
- Nagle, Angela (2017). *Kill all normies. Online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right*. Zero Books.
- Ong, Walter (1996). *Oralidad y escritura*. Fondo de Cultura Económica.
- Pabón-Cardona, Natalia, Flórez-Benavides, Diana, Acevedo-Merlano, Álvaro y González-Güeto, Joy (2023). Memes feministas e interacciones en Facebook. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 20 (2), 217-228. <https://doi.org/10.5209/tekn.82664>
- Pajares, Álvaro L. (2023). Las edades del meme. En Pajares, Álvaro L. (Coord.) *Memeceno* (pp. 7-42). La Caja Books.
- Racioppe, Bianca y Párraga, Julieta (2020). Memes en instagram: Un estudio de caso de cuentas dedicadas a la producción y circulación de estas narrativas contemporáneas. *Perspectivas de la comunicación*, 13(1), 47-84. <https://doi.org/10.4067/S0718-48672020000100047>
- Rintel, Sean (2013). Crisis Memes: The importance of templatability to Internet culture and freedom of expression. *Australasian Journal of Popular Culture*, 2, 253-271. https://doi.org/10.1386/ajpc.2.2.253_1
- Shifman, Limor (2011) An anatomy of a YouTube meme. *New Media and Society*, 14 (2), 187-203. <https://doi.org/10.1177/1461444811412160>
- Shifman, Limor (2014). *Memes in digital culture*. The MIT Press.
- The Political Compass [@the_political_compass] (24 de marzo de 2023). *What's happening in France?* [Imagen]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CqLxajGug5M/>
- The Slumflower [@theslumflower] (12 de diciembre de 2017). *fun game: think of all the men you choose to keep in your life and mark a unique 'X' where...* [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/theslumflower/status/940428985040859137>
- Varis, Piia y Blommaert, Jan (2015). Conviviality and collectives on social media. Virality, memes and new social structures. *Multilingual Margins*, 2(1), pp. 31-45. <https://doi.org/10.14426/MM.V2I1.55>
- Venturini, Tommaso (2022). Online conspiracy theories, digital platforms and secondary orality: Toward a sociology of online monsters. *Theory, Culture & Society*, 39(5) 61–80. <https://doi.org/10.1177/02632764211070962>
- Weshler, Darren (2013). Conceptual writing as fanfic. En Ann Jamison (Ed.) *Fic: Why fanfiction is taking over the World* (pp. 363-371). Smart Pop.
- Whelan, Andrew y Nowak, Raphaël (2018). Vaporwave is (not) a critique of capitalism: Genre work in an online music scene. *Open Cultural Studies*, 2, 451-462. <https://doi.org/10.1515/culture-2018-0041e>
- Wiggins, Bradley E. y Bowers, G. Bret (2015). Memes as genre: A structural analysis of the memescape. *New Media & Society*, 17(11), 1886-1906. <https://doi.org/10.1177/1461444814535194>