

## La función del meme de internet en una controversia sobre representación racial y cultural a propósito de las dos primeras producciones de Netflix en el Perú

Rodrigo Gozalo Bohl<sup>1</sup>

Enviado: 05/05/2023 / Evaluado: 25/05/2023 / Aceptado: 16/06/2023

**Resumen.** El presente trabajo tiene por objetivo analizar la función de los memes en una controversia pública digital acerca de representación racial y cultural en el Perú. Los memes, signos y textos que configuran discursos, nos permiten conocer los modos de ver de públicos nuevos y diferentes. Por el modo en que circulan en la esfera pública digital tienen un impacto significativo sobre los temas que reciben atención como parte del debate. Sin embargo, a la vez que amplían el alcance de los discursos, merman también la capacidad crítica, reflexiva y de diálogo entre individuos y grupos.

**Palabras clave:** memes de Internet; redes sociales; esfera pública digital; controversia pública; mediatización.

### [en] The role of the Internet Meme in a controversy about racial and cultural representation regarding the first two Netflix productions in Peru

**Abstract.** The following study analyses Internet meme's function in a public digital controversy about racial and cultural representation in Peru. Memes, signs and texts that configure discourses, allow us to access new and different public's perspectives. Because of how they circulate in the public digital sphere they can achieve a significant impact on the topics that receive people's attention as part of the debate. Nonetheless, as they expand discourse reach, they also negatively affect critical and reflective thinking, as well as dialogue between individuals and groups.

**Keywords:** Internet memes; social media; digital public sphere; public controversy; mediatization.

**Sumario.** Introducción. Marco teórico del meme de Dawkins al meme de internet: un cambio de perspectiva. El meme de internet como signo: una mirada desde la socio-semiótica y la comunicación. Memes y cultura de participación: esfera pública en la Web 2.0. La naturaleza visual y el humor en el meme de internet: su poder de influencia. Planteamiento del problema, objetivos y metodología. Resultados. Antecedentes. Las funciones del meme de internet. La función referencial. la función metalingüística. La función emotiva. La función performativa. Riesgos y peligros en el meme de internet como herramienta participativa. Conclusiones. Referencias.

**Cómo citar:** Gozalo Bohl, R. (2023), La función del meme de internet en una controversia sobre representación racial y cultural a propósito de las dos primeras producciones de Netflix en el Perú, en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación* 26, 99-116.

<sup>1</sup> Master en Análisis Sociocultural del Conocimiento y la Comunicación UCM.  
[rogozalo@ucm.es](mailto:rogozalo@ucm.es)

## Introducción

En lo que va del presente siglo, hemos sido testigos de cómo la Internet y las redes sociales han influido en la forma en la que construimos la realidad y nos acercamos a una definición de lo común. Han transformado la esfera pública y la manera como nos comunicamos, gestionamos problemas y los solucionamos dentro de ella. Han abierto y facilitado la participación: hemos pasado de ser entes receptivos a productores de información.

El meme es un representante clave de esta nueva lógica. Es un vehículo de expresión de alta circulación, alcance e influencia: vía las tecnologías y medios digitales, siempre y cuando enganche con los individuos y colectivos que lo promuevan, puede llegar a impactar en la sociedad de forma significativa.

Aunque este fenómeno ha sido abordado desde diferentes disciplinas, aún no existe un consenso respecto de lo que constituye un meme. Sin embargo, existe, entre los diferentes abordajes teóricos, uno especialmente útil para la comprensión de estos fenómenos comunicativos de construcción de sentido en la esfera pública digital. Se trata de la mirada de la socio-semiótica y de la comunicación, para las cuales el meme no es otra cosa que un signo que, en interrelación con otros, forma una constelación de textos y discursos con sentido dentro de un contexto histórico, social y político específico.

Con base en esta perspectiva y atendiendo a la enorme influencia que evidencian estos signos en los debates públicos digitales, nos hemos propuesto analizar su rol en un debate público concreto sucedido en el Perú, así como reflexionar acerca de sus fortalezas y amenazas como acto comunicativo.

Creemos que en este caso particular los memes dieron voz y audiencia a ideas y emociones que antes hubiesen sido silenciadas. Sin embargo, aunque sucede esta ampliación en la representación de discursos y públicos, también los memes parecen amenazar la posibilidad de diálogo en contextos de resolución de controversias y conflictos como el observado.

## Marco teórico del meme de Dawkins al meme de internet: un cambio de perspectiva

El origen del término meme suele asociarse al científico Richard Dawkins, quien lo desarrolla en su libro *El Gen Egoísta* (1976/1990). Según el autor, la teoría evolucionista biológica es insuficiente para dar cuenta de la cultura, por lo que se requiere de un principio replicador alternativo al gen: el meme, la unidad mínima de cultura que se reproduce y transmite por copia o imitación de individuo a individuo.

El camino emprendido por Dawkins y sus seguidores no ha estado exento de críticas. Para Aunger (2000), las disciplinas evolucionistas y sus esfuerzos teóricos para explicar la cultura ignoran su real complejidad. Según el autor queda mucho trabajo pendiente a nivel teórico para lograr definir de forma precisa este objeto de estudio (Aunger, 2002).

Jenkins (2014) critica la capacidad autónoma de réplica de la cultura que plantean estas disciplinas al considerarla determinista, incluso en un momento de la historia de la humanidad y de la comunicación en el que la agencia y control sobre el contenido cultural es mayor que nunca.

Para Shifman (2013: 364) son cuatro las críticas: (i) ambigüedad y falta de consenso respecto del término; (ii) pretensión reduccionista, materialista e infectiva de la analogía entre naturaleza y cultura; (iii) debates sobre agencia humana y control mental; y, por último, (iv) no aporta valor agregado en tanto no ofrece herramientas ni hallazgos significativos en contraste con disciplinas sociales tradicionales como la antropología o la lingüística.

Con la aparición y popularización del Internet y las redes sociales a inicios del presente siglo, y su cuasi-omnipresencia en el presente, el término meme ha ganado progresivamente un lugar preponderante en la conversación popular<sup>2</sup> y vuelve a recibir atención desde la academia, desde donde surgen diferentes propuestas de definición, aunque sin lograr aún una precisa y consensuada (Davison, 2012).

Aunque guarde cierta relación con la lógica del meme de Dawkins (transmisión de persona a persona, difusión por competencia y selección), este meme, el meme de Internet, se trataría de un fenómeno distinto. Shifman (Jenkins, 2014) explica que una de estas diferencias fundamentales es que este último deja de verse como un elemento singular, aislado, la unidad mínima de la cultura, para empezar a ser visto de manera colectiva. Además, mientras el meme de Dawkins es más Abstracto, opera en la mente, en lo conceptual; el meme de Internet, aunque también exista a ese nivel, se le reconoce más por su forma, su expresión, comúnmente visual o en video, animación o por su comportamiento manifiesto (Shifman, 2013).

Para Davison (2012:122), “un meme de Internet es una pieza cultural, típicamente un chiste, que gana influencia a través de su transmisión online”.

Shifman (Jenkins, 2014), lo define como: (a) un grupo de ítems digitales que comparten contenido, forma y actitud; (b) que fueron creados con conocimiento o consciencia de otros, con lo cual hace referencia a su carácter intertextual; y (c) que son circulados, imitados y transformados a través del Internet por múltiples usuarios, “creando como parte de este proceso una experiencia cultural compartida” (Shifman, 2013: 367).

Milner (2016) habla de *memetics* como un conjunto de prácticas sociales, en lugar de enfocarse en textos individuales. Él quiere destacar que los memes son textos agregados, creados colectivamente, circulados y transformados por incontables participantes. Para este autor, el carácter intertextual del meme es algo que se ve acentuado por la ecología mediática contemporánea.

Aladro & Jardón (2022: 143) vinculan el meme con el concepto de lenguaje digital. Los memes serían una expresión, canónica, de este tipo de lenguaje, “generativo y evolutivo, basado en operaciones estructurales y modulares de proyección, analogía, derivación y simbolización, en el que muchas de las formas culturales del siglo XX y XXI actúan como un diccionario o universo semántico” (2022: 144).

El meme, como cualquier otro lenguaje, es funcional, “capaz de integrar significaciones culturales, generar un sentido de pertenencia, y cumplir con las necesidades creativas que un lenguaje tiene respecto al entorno en el que surge, y ante las realidades con las que tiene que ponerse en relación” (Aladro & Jardón, 2022: 145).

---

<sup>2</sup> De acuerdo con Marino (2020), esto sucede alrededor del inicio del nuevo milenio, mientras que Shifman (2013), con más exactitud refiere un incremento en 2008 en las búsquedas del término meme en Google Trends, comportamiento que encuentra relacionado a la viralización de videos como el *Gagnam Style* <https://www.youtube.com/watch?v=CHiXGdu-hzQ>, *Leave Britney Alone* <https://www.youtube.com/watch?v=WqSTXuJeTks>, o *La Caída de Edgar* <https://www.youtube.com/watch?v=b89CnP0Iq30>.

## El meme de internet como signo: una mirada desde la socio-semiótica y la comunicación

Las diferentes definiciones y abordajes propuestos por autores como Shifman, Davison, Milner, Aladro & Jardón, convergen en la propuesta que se hace desde la mirada de disciplinas como la socio-semiótica y la comunicación, en la que se ve a los memes como un tipo de textos específicos que circulan en el discurso social (Marino, 2020).

Autores como Deacon, Kalevi Kull y Erkki Kilpinen, afirman que la noción de meme es un “doble débil” de la noción de “signo”, solo que habría sido vaciada de su naturaleza triádica, además de no servir a nivel heurístico y poder ser replicada solamente (Marino, 2020).

El meme debiera ser comprendido, entonces, como un signo, compuesto de objeto, representamen e interpretante; lo cual coincide con propuestas como la de Shifman (2013) quien identifica, respectivamente, contenido, forma y actitud o posición pragmática (*stance*) como sus dimensiones; o Davison (2012: 123), quien identifica el ideal, el comportamiento y la manifestación.

Así como sucede con los signos, la información cultural no puede ser vista como una entidad discreta, como plantea Dawkins, vista de forma aislada de su contexto o contextos. Se trata de un fenómeno sistémico-relacional, no atómico. La información tampoco se transmite de una mente a otra así sin más, sino que es un proceso en el que se implican creencias, actitudes, percepciones, la atención, relevancia e interpretación. Se trataría, incluso, de una construcción, más que de una transmisión (Cannizzaro, 2016: 571-574), similar a modelos de comunicación como *coding/decoding* de S. Hall (1980).

Cada nuevo meme hace referencia a uno anterior, son conscientes uno del otro (Shifman, 2014). De allí que autores como Milner (2016) se refieran a ellos como textos agregados, creados colectivamente, de cualidad densa. Suponen “un proceso, un devenir de solapamientos, hibridaciones y ósmosis entre fragmentos textuales previos, lenguajes y perspectivas socio-semióticas” (Abril, 2007: 82).

Esta cualidad intertextual se la debe el meme a la forma en la que este está construido, a la técnica del collage o bricolaje, que “como lo define Lévi Strauss, es una superposición rudimentaria de elementos de diferente origen cultural, cuyo ensamblaje genera un sentido y canaliza una forma de relación que transforma el pensamiento convencional” (Aladro & Jardón, 2022: 149). Ya nos decía Kristeva (1997) que “todo texto se construye como un mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto” (1997: 3).

Esto a su vez se relaciona con el concepto de hábito de C. S. Peirce (Cannizzaro, 2016), el cual explica el proceso de cambio probabilístico del meme respecto de su significado, siempre probable, jamás certero. Rowan (2015: 18) habla de memes como objetos-proceso: “elementos abiertos que van mutando a través de micro-repeticiones y micro-diferencias. Cada versión (...) modifica ligeramente la versión anterior, de manera que el meme es un conjunto de pluralidades y no una unidad cerrada”.

## Memes y cultura de participación: esfera pública en la Web 2.0

La esfera pública, en su concepción habermasiana clásica, es aquel espacio de comunicación entre la sociedad y las instituciones políticas, que las conecta y hace posible la democracia moderna (Peñarín, 2016), un espacio de deliberación de asuntos que

conciernen a lo común y en el que los medios de comunicación participan e influyen de manera importante (Habermas, 2002 en Alcácer-Guirao & Fouce, 2020). Está formada “[...] por las inscripciones en la memoria o enciclopedia común, los dichos, imágenes, saberes de los que todos nos servimos para dar sentido y a los que todos contribuimos con nuestras interpretaciones, actuaciones e intercambios cotidianos” (Peñamarín, 2016: 37). No podría existir la sociedad sin ella (Peñamarín, 2016). La presencia de otros que ven lo que vemos y oyen lo que oímos nos asegura de la realidad del mundo y de nosotros mismos (Arendt, 2003: 60).

Hoy en día, nos encontramos ante una esfera pública mediatizada. La mediatización tiene que ver con “los cambios estructurales de largo plazo que involucran a los medios, a la cultura y a la sociedad” y que configuran “nuevas condiciones para la comunicación e interacción humanas” (Hjarvard, 2016: 33).

Hepp (2020) se refiere a mediatización profunda para señalar la drástica transformación y saturación del dominio de lo social por la tecnología de los medios de comunicación. De acuerdo con este autor, hasta el año 1990, los debates mediados eran comparativamente más estables a diferencia de como son hoy en día. Esto se debe a que el *ensamble mediático*, es decir, la conformación de los participantes en el debate y el balance de poder, ha cambiado fundamentalmente. Los anteriores *gatekeepers* –las grandes corporaciones de medios– cedieron inevitablemente ante la aparición de nuevos actores: políticos, empresarios y actores de la sociedad civil que empezaron a relacionarse de manera más directa con la información al cambiar, por fuerza de las tecnologías, las dinámicas de la comunicación, incluso, la configuración de su contenido.

En este contexto surge el meme que, por tener una estructura sencilla –los menos sofisticados y más comunes consisten en una imagen con un texto superpuesto–, no requieren las competencias de un diseñador gráfico profesional ni experto; existen incluso aplicativos en Internet de acceso gratuito donde se pueden crear. Su estilo artesano –de tipo collage o bricolaje–, junto con su carácter intertextual lo convierten en un recurso con potencial para ser comprendido fácilmente, activar reacciones emocionales y conductuales e influenciar actitudes, y, como resultado, ser difundidos y compartidos con otras personas, muchas veces sin mucha reflexión de por medio. El usuario tiene entonces a su disposición una herramienta para producir textos verbosuales que contengan las ideas, opiniones y emociones que quiere comunicar. Para Shifman (Jenkins, 2014), los memes son puentes poderosos entre lo personal y lo político. Al ser espacios para lo colectivo, contienen diferentes miradas, puntos de vista, que Milner (2016: 6) define como conversaciones polivocales.

## **La naturaleza visual y el humor en el meme de internet: su poder de influencia**

Hemos dicho que los memes pueden tener muchas formas: textos, sonidos y otras formas sensoriales (Milner, 2016); aunque los más populares suelen ser imágenes, solas o en collage, complementadas por un texto, así como dibujos, fotos, *gifs* animados o incluso vídeos (Gómez-García, 2013 en Meso-Ayerdi et al., 2017: 674).

No es casualidad que estas sean las formas con más impacto en la actualidad. Mirzoeff (2003: 23) denomina visualidad a “la tendencia moderna a plasmar en imágenes o visualizar la existencia”, lo visual pasa a ser “la vida cotidiana en sí misma” (Mirzoeff, 2003: 17).

Para Fontcuberta (2016: 119), “antes la fotografía era una escritura, mientras que ahora es un lenguaje”, a lo que llama postfotografía. Las imágenes se convierten “en

nodos de interacción cultural y social, en herramientas de conversación y circulación” (Fontcuberta, 2016:120).

Shifman (Jenkins, 2014) nos dice que las imágenes permiten mayor integración en la cultura popular y la política en tanto existen facilidades para hacer montajes y ediciones con ellas; tienen potencial polisémico en tanto abiertas y ausentes de una narrativa claro o explícita, abren múltiples lecturas; y, finalmente, posibilitan volver los fenómenos en algo global por su facilidad de circulación en contraste con las palabras.

Berger dice que “las imágenes funcionan no solo por lo que muestran, sino por el tipo de mirada a la que invitan, así como por la propuesta de relación que proponen con el sujeto que las mira” (2002, en Serrano, 2008: 247). Las imágenes, además, nos dicen algo también por lo que esconden, lo que no se ve en ellas (Lynch, 2020).

Esta dinámica y tensión entre lo que está y lo que no, así como la conversación entre diferentes miradas y puntos de vista, según Rowan (2015: 71) abre el espacio a voces o miradas antes ocultas: “[...] los memes favorecen el empoderamiento ciudadano y contribuyen a crear esferas de participación en las que agentes que hasta ahora habían estado excluidos de ciertos debates pueden encontrar una voz”.

Finalmente, las imágenes pueden convencernos también de su verosimilitud. Barthes llamó a esto el “efecto realidad” (Mirzoeff, 2003 en Serrano, 2008). “Muchas imágenes son así contempladas y consumidas como si fueran un reflejo de la realidad, aunque no quiere decir que realmente lo sean” (Serrano, 2008: 254).

En cuanto al humor, este también es una propiedad frecuentemente observada en los memes de Internet, aunque no esté presente en todos ellos. Además de dar a estos su carácter contagioso y animar a compartirlos (Meso-Ayerdi *et al.*, 2017), sirve como una válvula o momento de escape, de juego y, así, de reelaboración de lo serio, un método para poner algo en cuestión (Fratlicelli, 2023), con lo cual consigue evocar una visión y percepción nueva de la realidad (Aladro, 2002), todo lo cual sirve a su propósito de alcanzar a una masa crítica y promover una actitud o posición sobre alguna idea, evento, persona, etc.

El humor no es uno sólo, sino que tiene muchas formas. Fratlicelli (2021) distingue principalmente dos: lo cómico y el humor. Mientras que el primero supone una asimetría entre enunciador y enunciatario de un lado, y el blanco ridiculizado del otro; el segundo, en cambio, tiene una propiedad reflexiva, en tanto enunciador y enunciatario establecen una relación de simetría en la que se ríen de sí mismos. Adicional a estas dos expresiones se tiene al bufón y al bromista: el primero degrada figuras poderosas, por lo que tiene un carácter heroico, mientras que el segundo se ríe de normas que organizan lo social y se asocia a la travesura y al regaño por su desobediencia.

La institucionalización de los medios masivos en la modernidad habría censurado y regulado el uso del humor en algunas de sus expresiones más negativas, como la cómica, que hoy como resultado de la desregularización de medios masivos y nuevos medios, característica propia de la mediatización profunda, reaparecerían como con el caso de la burla colectiva desalmada de la Antigüedad o la Edad Media, hoy bajo la forma y nombre de *cyberbullying* o también los discursos de odio (Fratlicelli, 2023).

En escenarios de debate y/o conflicto, fortalece la afiliación y cohesión grupal dentro de las cámaras de eco, contribuye también a la reducción de carga informativa, necesaria en contextos de alta complejidad, genera emociones intensas y canaliza la agresión hacia un otro enemigo (Aladro & Requeijo, 2023).

## Planteamiento del problema, objetivos y metodología

La presente investigación se llevó a cabo con base en dos objetivos. Por un lado, la identificación de la función o funciones que ejercieron los memes en la controversia pública sobre representación racial y cultural ocurrida en Perú respecto de dos producciones de Netflix, las primeras en realizarse en este país; y, por otro lado, la reflexión sobre si estos suponen algún tipo de *tradeoff*<sup>3</sup>, es decir, algo que se pierda o se descuide en su práctica.

Para lograr estos objetivos, partimos de la exploración y conocimiento de los imaginarios sociales y culturales expresados en la discusión memética ocurrida dentro de la esfera pública digital; en otras palabras, las estructuras de significado y relaciones que dan cuenta de la organización de lo social (Gordo, 2008: 213) en el contexto cultural peruano; así como de los acontecimientos mediáticos relacionados.

La metodología diseñada fue esencialmente cualitativa. Se utilizó un enfoque socio-semiótico, el cual implica “una interpretación pragmática de los discursos simbólicos (los memes) en los que se relacione siempre lo que el sistema de signos «dice» con lo que las prácticas sociales efectivas explican, en los marcos reales de acción de los sujetos” (Alonso, 1998/2003: 209).

Nos referimos con esto a la contextualización de estas imágenes que son los memes en sus prácticas sociales concretas, en el compartirlas a través de las redes sociales por sus usuarios, en su difusión en medios oficiales y su comentario por especialistas y personalidades públicas referentes, lo cual nos permitió reflexionar sobre las miradas que estos fomentaron, sus lecturas, interpretaciones, intenciones, incluso la mirada del propio investigador (Serrano, 2008).

Finalmente, es importante señalar que, en lugar de analizar al meme de forma aislada o de descomponerle en partes, se puso el acento en analizarlo como conjunto, entender las relaciones entre ellos y su rol en el proceso comunicativo y contexto social, cultural e histórico específico. Se buscó “reconstruir el sentido de los discursos en su situación de enunciación, desde los intereses de los actores implicados (Alonso, 1998/2003: 274-275).

Desde esta aproximación, la elección de los discursos a analizar, así como la de los textos verbovisuales que los conforman, se realizó, como se hace generalmente, “sobre la base del interés conceptual para sus estudios y en ningún caso se muestra una búsqueda de representatividad estadística” (Serrano, 2008: 261). No hemos utilizado, pues, un criterio numérico para la selección del corpus de esta investigación. Aunque se hubiese querido hacerlo así, dada la naturaleza de este fenómeno digital, rastrear el origen de un meme en Internet, determinar su trazabilidad o recorrido por diferentes redes sociales y medios, sea como réplica idéntica o modificado, así como determinar su impacto social en términos de cantidad de “me gusta”, por ejemplo, es una tarea sumamente compleja, y finalmente innecesaria para los objetivos del presente trabajo.

Se buscó más bien lograr la *representatividad estructural*, que según Ibáñez (1994 en Serrano, 2008: 262) consiste en “saturar la estructura (lugares de la enunciación y de recepción de los discursos), de muestrear relaciones y no individuos.

---

<sup>3</sup> Nos referimos a su segunda acepción como la pérdida de una cosa a cambio de adquirir otra: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/trade-off>

[...] buscando discursos a través de la localización de las posiciones diversas (insertas en relaciones de conflicto y contradicción) de emisión y recepción de dichos textos con imágenes”.

En línea con lo anterior, nuestro procedimiento de búsqueda de memes fue multi-fuente. Por un lado, recogimos los memes que circularon en medios de comunicación oficiales locales como los diarios La República<sup>4</sup> y Trome<sup>5</sup>; así como el argentino Infobae<sup>67</sup>, que nos llamó la atención por su vasta producción de artículos respecto de la controversia. También revisamos cuentas peruanas de memes en Instagram y utilizamos el buscador de Twitter para encontrar publicaciones relacionadas. Cuando alcanzamos un criterio de saturación, es decir, cuando empezamos a encontrarnos con los mismos memes y/o temáticas, detuvimos la búsqueda. Luego las organizamos en función de los actores y de los puntos de vista. Revisamos también artículos en general sobre la película, críticas, reportajes en YouTube y material variado que nos diera luces sobre las opiniones de diferentes actores claves en el panorama.

## Resultados

### Presentación del caso peruano

En los primeros meses del año 2020 se anunció en medios masivos peruanos y extranjeros que Netflix realizaría dos producciones originales en el Perú: una comedia romántica en formato largometraje, dirigida por un director peruano, y una serie de seis episodios basada en la historia de un jugador de fútbol de la selección nacional, Paolo Guerrero. En ambas participaría, además, Tondero, una productora peruana reconocida local e internacionalmente por su éxito comercial.

Al tratarse de la plataforma de *streaming* más vista en todo el mundo<sup>8</sup>, su interés en producir en dicho país con profesionales del ámbito local recibió respuestas positivas por parte de la ciudadanía como agrado, interés y expectativa. Se puede suponer que la posibilidad de contar con este nivel de exposición impactó en el sentido de orgullo e identidad nacional de sus habitantes.

Sin embargo, en noviembre de 2021, casi dos años después, la noticia de que Nikko Ponce, actor local, sería quien interpretaría al jugador de fútbol, en la serie titulada Contigo Capitán, generó críticas por parte de la población que se expresaron a través de memes en las redes sociales hasta llegar a medios masivos en sus canales

---

<sup>4</sup> <https://larepublica.pe/cine-series/2022/02/19/stephanie-cayo-netflix-memes-divertidos-del-trailer-de-la-pelicula-hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-twitter-maxi-iglesias-tondero/>

<sup>5</sup> <https://trome.pe/espectaculos/celebridades/mtv-vmas-2022-blackpink-presento-pink-venom-en-performance-en-vivo-con-lisa-k-pop-video-fotos-usa-eeuu-estados-unidos-celebs-rmmn-noticia/>

<sup>6</sup> No se trata de un diario orientado exclusivamente a territorio argentino. La mayor parte de su audiencia es internacional e hispanohablante. Además, como resultado de su estrategia de SEO, consiguen aparecer en los primeros lugares de búsqueda de Google y otros buscadores, lo cual explica por qué nos lo encontramos en toda búsqueda realizada para el presente trabajo y que justifica su inclusión como medio en este trabajo.

<sup>7</sup> <https://www.infobae.com/america/peru/2022/02/19/netflix-la-nueva-pelicula-de-stephany-cayo-lanzo-trailer-y-estos-son-los-memes-que-le-dedicaron-en-twitter/>

<sup>8</sup> Aunque se trata de un mercado dinámico y que viene experimentando cambios importantes, Netflix sigue siendo líder a nivel mundial: <https://www.portafolio.co/tendencias/streaming-disney-netflix-y-amazon-primero-asi-estarepartida-la-torta-en-el-mercado-mundial-561587>

digitales<sup>9</sup>. La crítica partía de la poca similitud física entre el actor y el futbolista, específicamente asociada con la raza, y amplió el debate a la forma en la que se representa en el Perú a la población afroperuana y no blanca en general, incentivando la participación de líderes de opinión<sup>10</sup>.

Similarmente, la elección de Stephanie Cayo como actriz protagonista de la comedia romántica, titulada *Hasta Que Nos Volvamos A Encontrar* (en adelante HQNVAE), la cual sería grabada en Cusco, ciudad andina histórica, también recibió críticas a causa de su raza. Al ser blanca, no sería representativa de los rasgos mestizos e indígenas mayoritarios de la población, que era la expectativa de la población respecto de la primera película peruana de Netflix con potencial alcance internacional.

Unos meses luego, en el mes de marzo de 2022, como parte de la estrategia de relaciones públicas para esta misma producción, se entrevistó a la actriz para la edición digital de *Vogue México*<sup>11</sup>. La redacción se refirió a Cayo como “la actriz andina”, lo cual trajo nuevamente una oleada de críticas que desde redes sociales alcanzaron un lugar en el circuito de medios masivos<sup>12</sup>.

Aunque técnicamente la denominación andina responde a una ubicación geográfica que les corresponde correctamente a los nacidos en el Perú, un país atravesado por la Cordillera de los Andes, dentro de esta cultura se asocia más específicamente con la población de ascendencia indígena originaria de esta región, por lo que su asociación con Cayo, actriz blanca sin rastros indígenas, se calificó de apropiación cultural.

Finalmente, el estreno de la película a finales del mes, estimuló más aún la crítica. Esta nos introduce a Ariana, interpretada por Cayo, que es una mujer peruana que vive y trabaja con su tía en Cusco, en el hotel que esta administra en la ciudad para turistas. Allí conoce a Salvador, interpretado por el actor español Maxi Iglesias, hijo de un gran empresario que quiere construir un enorme complejo turístico en la ciudad. Ambos se atraen físicamente, pero el proyecto capitalista e imperialista de Salvador, entra en conflicto con el hotel humilde sin pretensiones en el que ella trabaja. La tensión va más allá de esto para incluir también sus caracteres e historias de vida, el del empresario extranjero de gran capital con el de la capitalina hippie amante de la vida y la naturaleza.

Más allá de la crítica a su originalidad por usar una fórmula de comedia romántica típica, la discusión sobre la película se centró en la representación de los actores y actrices de soporte y secundarios. Se esperaba que la película fuera una oportunidad para mostrar el Perú en su pluralidad racial y cultural. El resultado, sin embargo, se percibió encasillado y caricaturesco. Reflejaría las lógicas de inequidad de este país, en el que blancos tienen protagonismo sobre mestizos, negros e indígenas, y estos a su vez no conocen realmente nada de ellos<sup>13</sup>.

<sup>9</sup> Publicación en el diario La República: <https://larepublica.pe/cine-series/2021/11/05/paolo-guerrero-memes-de-la-serie-contigo-capitan-sobre-nikko-ponce-y-su-personaje-netflix>

<sup>10</sup> Publicación en el diario El Comercio en el que se entrevista a Ana Lucía Mosquera, activista e investigadora especializada en etnicidad: <https://elcomercio.pe/tvmas/series/paolo-guerrero-y-nico-ponce-hay-whitewashing-en-el-casting-de-la-nueva-serie-de-netflix-contigo-capitan-noticia/>

<sup>11</sup> Publicación en la revista *Vogue México*: <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/stephanie-cayo-quien-es-la-actriz-peruana-peliculas-programas-de-television>

<sup>12</sup> Publicación en el diario InfoBae: <https://www.infobae.com/america/peru/2022/03/15/stephanie-cayo-es-calificada-de-actriz-andina-por-vogue-y-genera-todo-un-debate-en-twitter/>

<sup>13</sup> Publicación en el diario *El Washington Post* escrita por Marco Avilés, especialista en racismo en el Perú: <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2022/03/22/peru-pelicula-netflix-hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-stephanie-cayo-blanquitud/>

## Las funciones del meme de internet

Para reflexionar respecto de la función del meme en esta controversia, nos serviremos de tres de las seis funciones que establece Jakobson para el acto comunicativo (Shifman, 2013), además de proponer una adicional relacionada al poder de efecto del meme de Internet.

### La función referencial

Los memes, más que solo piezas graciosas, son verdaderos organizadores, dan cuenta de la naturaleza discursiva de los picos de debate, celebración, indignación. En el caso particular de la controversia que hemos analizado, la función referencial da cuenta de la existencia de un enfrentamiento entre las élites que dominan el sector del entretenimiento y las clases populares.

Veamos la Figura 1 como un primer ejemplo, el cual surgió como respuesta a la elección de un actor peruano considerado “blanco”, Nikko Ponce, para representar a un personaje “negro” en la serie “Contigo Capitán”, el futbolista Paolo Guerrero<sup>14</sup>.

En este y otros memes similares se parodió la mirada de Netflix, y de los profesionales peruanos involucrados, respecto de la realidad cultural y racial del Perú, al simular el reparto de otras historias peruanas tradicionales con actores blancos en lugar de sus protagonistas andinos y mestizos originales.

El personaje de la imagen, dentro del imaginario peruano corresponde con el típico “gringo” o “guiri”, el norteamericano que viene al Perú y se viste con detalles andinos; mientras que Manco Cápac es el primer gobernador y fundador de la cultura inca en Cuzco, según algunos cronistas, algo que se enseña en la escuela de forma obligatoria desde los primeros años, por lo que es un saber popular significativo.

Figura 1. Meme que parodia una producción ficticia de Netflix sobre “La Leyenda de Manco Cápac”



<sup>14</sup> Artículo en el diario online Infobae acerca de la reacción de los peruanos frente a la decisión de reparto para la serie *Contigo Capitán*: <https://www.infobae.com/americ/peru/2021/11/06/netflix-los-memes-de-protesta-por-no-poner-actores-afrodescendientes-en-la-serie-de-paolo-guerrero/>

Así como este, se produjeron muchos memes más bajo la misma lógica. Se consolidó como una plantilla (Iglesias, 2022). En la Figura 2, se tiene a Micaela Bastidas y Tupac Amaru, una pareja de revolucionarios del siglo XVIII, quienes dirigieron la más grande rebelión en Hispanoamérica colonial (LUM, s.f.); el relato de los hermanos Ayar, una leyenda Inca muy conocida en el país; y Paco Yunque, el protagonista de un cuento corto del escritor peruano César Vallejo, que irónicamente, relata la historia de Paco, un niño campesino que va al colegio y es humillado por otro niño de apellido Grieve, cuyo padre es gerente de los ferrocarriles de la Peruvian Corporation y alcalde del pueblo. La madre de Paco trabaja en la casa de Grieve, por lo que el hijo del empresario trata a Paco en el colegio de sirviente.

Figura 2. Memes de Internet que parodian la elección de un actor o actriz blanca para un rol indígena o negro.



A propósito de ambas producciones, se señaló también la existencia de una *argolla*<sup>15</sup> en este sector de la producción cinematográfica peruana. Este es un término que se utiliza para señalar al grupo selecto que busca el beneficio de sus propios miembros por encima de otros intereses ajenos a los suyos. En el Perú la argolla suele estar compuesta, además, por personas consideradas blancas y privilegiadas por ello, además de por su condición económica.

En el meme de la Figura 3 se puede apreciar la función referencial en tanto señala la lógica valorativa propia de la argolla. Esta cuenta con una imagen usada muy comúnmente entre los memes, posiblemente porque ofrece un esquema de organización valorativo bastante claro y sencillo. La mujer adulta es el sujeto que valora, la niña que está por saltar a la piscina es la posición de mayor valor, luego tenemos al niño que lucha por flotar como aquello de menor valor, que se descuida al ser desatendido por la mirada de la mujer adulta. Y, finalmente, se tiene al esqueleto en las profundidades del agua que otorga una escala más en la jerarquía en su posición más extrema y dramática.

<sup>15</sup> Similar a la expresión coloquial española *estar en la pomada*: “Círculo de personas que por su prestigio o influencia ocupan una posición social o profesional privilegiada”. Definición obtenida de la RAE: <https://dle.rae.es/pomada>

Figura 3. Meme que representa la lógica valorativa de la argolla en el contexto de la controversia



Aplicado al contexto en particular de la controversia, tenemos una jerarquía en la que Stephanie Cayo, protagonista, prima por encima de los “productores no blancos”. Luego, en el extremo inferior está la película *Teloneras*, estrenada la misma semana que *HQNVAE*, pero con menores posibilidades de exposición por presupuesto. Una película, además sobre mujeres andinas cantantes de música vernacular, con lo cual nuevamente el tema racial y de clase se haría presente.

### La función metalingüística

Para ilustrar esta función, observamos la crítica que recibió la película *HQNVAE*. Las más ácidas señalaron la manera en la que se retrató la diversidad y pluralidad cultural y racial de los peruanos en ella. Marco Avilés (2022), periodista peruano especializado en temas de racismo y discriminación, habría escrito lo siguiente, lo cual la resume bastante bien:

El elenco es bastante diverso en el papel, pero la puesta en escena, cual lienzo colonial, organiza el talento con la lógica de las castas. [...] En un país donde las personas son discriminadas principalmente por su color de piel, la película era sal echada directamente en los ojos.

Esta crítica se condensó en un meme (ver Figura 4) en el que se hace referencia a la publicidad de Saga Falabella, una tienda por departamentos chilena con larga trayectoria en el Perú, la más importante y grande en el territorio. Esta tienda suele utilizar en sus catálogos a modelos que fenotípicamente son la minoría blanca del país (ver Figura 5). Ya ha sido objeto de crítica, e incluso de sanciones, en el pasado por este motivo<sup>16</sup>. En el meme se emula lo que podría ser un afiche publicitario de la tienda para promocionar una nueva colección y sus ofertas, pero con la fotografía de fondo de la película en la que aparecen los actores Iglesias y Cayo.

<sup>16</sup> Anuncio de Indecopi, autoridad nacional de protección al consumidor, sobre la sanción aplicada a Falabella por incitar al racismo con un comercial de televisión: <https://www.consumidor.gob.pe/-/indecopi-sanciono-a-saga-falabella-y-circus-grey-por-publicidad-con-contenido-discriminatorio>

Figura 4. Meme que emula la publicidad de Saga Falabella con imágenes de la película HQNVAE.



Interesa aquí la reapropiación del formato publicitario de la tienda a la vez que se genera distancia de su ritualización, lo que genera humor, a la vez que nos lleva a percibir la publicidad de una tienda como esta con otros ojos.

Figura 5. Publicidad real de la tienda por departamento Saga Falabella



Como señala Eco (1990 en Peñamarín, 2016: 38), “un texto no es sólo un aparato comunicativo. Es un aparato que cuestiona los sistemas de significación preexistentes, a menudo los renueva, a veces los destruye”. Nos interesa aquí resaltar la capacidad del meme para hacer justamente esto, “[...] transformar las enciclopedias y el sentir de los públicos” (Peñamarín, 2016: 35). Al reapropiarse de los códigos de comunicación de estas compañías y parodiarlas jugando con el sentido, es posible tomar distancia y mirar lo ritualizado con ojo crítico, lo que lo pone en cuestión.

## La función emotiva

Stephanie Cayo, la actriz protagonista, se habría pronunciado en sus cuentas oficiales en redes sociales en respuesta a sus críticos con el siguiente mensaje: “*salgan de Twitter y pónganse a trabajar*”<sup>17</sup>. Lo habría hecho también frente a las acusaciones recibidas sobre pertenecer a una argolla<sup>18</sup> en el rubro. La respuesta de Cayo habría generado indignación, como se puede ver en la Figura 6, meme emotivo generado como reacción.

Figura 6. Meme en respuesta a la invitación de Stephanie Cayo a sus críticos de ponerse a trabajar



La imagen hace referencia a un acontecimiento que circuló por el mundo entero, el golpe que le dio Will Smith a Chris Rock en la celebración de los Premios Óscar en EE. UU., por haber hecho una broma sobre la alopecia de su esposa. Esta escena se convirtió en la base fotográfica de numerosos memes más allá de la controversia en análisis. El suceso fue tan impresionante y emocional que se instaló en la cultura popular como un signo para expresar indignación, cólera, desacuerdo, etc., frente a un mensaje, idea, declaración.

Al representar y transmitir una emoción, los memes convocan a quienes piensan y se sienten de esa misma forma. Se establecen, aunque de forma momentánea y temporal, comunidades virtuales, digitales alrededor de algo compartido:

Que algo resuene como parte de las interacciones en el espacio público implica que reverberen y se amplifiquen los afectos particulares movilizados en torno a objetos o valores importantes, que tienen la capacidad de vincularnos con otros [...] (Paasonen, 2020 en Saiz & Gómez, 2021).

<sup>17</sup> Artículo del diario Correo: <https://diariocorreo.pe/espectaculos/stephanie-cayo-a-sus-criticos-ponganse-a-trabajar-muestrenme-algo-que-hayan-hecho-farandula-celebs-espana-maxi-iglesias-hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-noticia/>

<sup>18</sup> Artículo de la plataforma online de la radio peruana Studio 92: <https://www.studio92.com/cine/stephanie-cayo-es-acusada-por-un-cineasta-peruano-de-estar-en-argolla-audiovisual-noticia-1394952>

## La función performativa

Los memes que hemos usado de ejemplo no tienen nada de inocentes, no son un punto de vista nada más, sino que, sobre la base de este, como dice Lynch (2020: 70-71), se pretende simular una verdad, no transmitirla nada más, sino buscar producir un efecto de esta (de verdad); muy similar a lo que dice Abril (2007: 110) cuando señala que “mostrar o dar a ver es hacer”.

Soto (2020) sugiere que “las imágenes oscilan entre un doble poder: poder de condensar una historia, pero también el poder de detonar otra historia” (Soto, 2020: 57). El logro de este potencial tendría relación, no tanto “en la capacidad afirmativa de los enunciados para construir significados y realidades como en su iterabilidad o iteratividad, ahí es donde ubica el potencial subversivo” (Soto, 2020: 53). De acuerdo con Butler (1997), en esta iterabilidad ocurre una resignificación. Se trata de una expropiación y reapropiación del discurso de poder, del discurso autorizado como el lugar potencial de resignificación subversiva. (Butler, 1999). Los memes de Internet habrían desafiado allí la posición hegemónica de Netflix y de la mirada blanca.

Aunque luego la controversia perdió prominencia debido al cambio de atención hacia otros eventos de debate, la controversia racial se retomaría poco tiempo después, a inicios del mes de abril de 2022, esta vez a propósito de la boda de Belén Barnechea con Martín Cabello<sup>19</sup>, demostrando su recurrencia como tema de polarización y tensión en el país. Y aunque nada cambió sustancialmente con lo sucedido, podemos hipotetizar que la controversia sí contribuyó en algo, así fueran pequeños giros del timón que puedan ir virando el rumbo. Dice Milner (2016: 191) que, aunque los memes no sean del todo liberadores, sí complican las relaciones entre las audiencias y las instituciones que tradicionalmente han producido los textos, algo que hoy en el Perú se evidencia en los conflictos sociales actuales entre la población y las autoridades.

## Riesgos y peligros en el meme de internet como herramienta participativa

Si bien los memes más circulados en la controversia reflejaron una postura crítica, también se evidenció en los comentarios y respuestas a ellos, aunque no en memes, la existencia de otra posición. Esta defendía, por un lado, la oportunidad de dar a conocer el Perú en el extranjero a través de las producciones de Netflix, y por otro, que la diversidad racial y cultural del país también incluye, por definición, talento de raza blanca, como los de Nikko Ponce y Stephanie Cayo, de quienes había que estar orgulloso.

La pronta delimitación de estos bandos devino en conflicto y enfrentamientos en las redes sociales que escalaron la controversia. La pugna por el poder y dominio en el debate, motivo de fondo de esta interacción, es lo que Watzlawick (Aladro, 2009) denomina escaladas comunicacionales de simetría. En ellas, los miembros de cada bando buscan reforzar su vínculo con este a través de cada acción realizada, la que acompañan de ira y otras emociones con intención destructiva.

---

<sup>19</sup> Reportaje de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/gente/20220414/8200046/boda-belen-barnechea-martin-cabello-loscobos-escandalo-video-mujeres-suelo-criticas-clasismo-disfraces-esclavos.html>.

Estos fenómenos de confrontación grupal se caracterizan por la “obnubilación del juicio propio, la falta de capacidad crítica, el sesgo en la recepción de la información contraria al grupo y la incapacidad crónica de procesar la información” (Aladro, 2009, p. 108), por lo que la posibilidad de diálogo y resolución parece alejarse a medida que se acrecienta la confrontación.

Para Alcácer-Guirao y Fouce (2020), como producto de esta nueva lógica mediática, la esfera pública ha acabado por fragmentarse en muchas esferas separadas marcadas por cámaras de eco y burbujas filtro. Esto sumado a la naturaleza simplificada y sintética del meme, resulta en que nos cerremos a una idea, posición o emoción específica, que se plantee una diferencia absoluta y excluyente con sus alternativas o contrarios. Dice Arendt que “[...] el fin del mundo común ha llegado cuando se ve bajo un solo aspecto y se le permite presentarse únicamente bajo una perspectiva” (1993 en Alcácer-Guirao & Fouce, 2020: 131).

Esto a su vez nos sitúa en lo que Mouffe (2007: 12-13) llama el “Zeigeist pospolítico”, es decir, lo político como registro moral en el que el bien y el mal se corresponden con un nosotros y un ellos, y que deviene en que el adversario sea vea como algo que debemos destruir.

El humor juega un rol fundamental en esta dinámica, y en particular el de tipo cómico por lo que supone una relación de confrontación y ataque hacia ese otro burlado. En contextos de confrontación como el analizado, estrategias humorísticas como la sátira y la burla pueden devenir en discursos de odio y en *cyberbullying*, respectivamente (Fraticegli, 2023).

## Conclusiones

Según Jameson (1989 en Bitonte, 2008: 62), la historia, lo Real, nos es inaccesible salvo en su forma textual. El meme como signo y texto, así como estos en conjunto, configura y da cuenta de discursos, ideologías y modos de ver la realidad. Así, el mundo caótico que aparenta ser el Internet y las redes sociales se manifiesta en forma de patrones con los memes, a través de los cuales se nos sugieren trayectorias culturales más organizadas (Shifman, 2013: 372).

No solo nos permiten conocer los discursos que hacen parte de una controversia pública, sino que facilitan la puesta en escena de contenido cuyo desvelamiento podría ser obstaculizado en otras esferas donde hay un mayor control e influencia sobre lo que se puede decir y lo que no.

En un contexto cultural como el peruano en el que las diferencias de clase y de raza atraviesan todo espacio de construcción de sentido, los memes, además de permitir a quienes ocupan posiciones marginales poner en cuestión lo establecido, ayuda a la consolidación virtual de puntos de vista, construir un sentido de comunidad, agrupar a aquellas personas que piensan y sienten afinidad, recibir fuerza y confianza, fragilizando progresivamente desequilibrios de poder y visibilizando individuos o colectivos sistemáticamente silenciados o ignorados.

Aunque el meme tenga mucho a su favor (velocidad, condensación, comprensión, activación de emociones y comportamientos), son estas cualidades las mismas que le restan en términos de posibilitar el diálogo con posiciones alternativas u opuestas de las que defiende. Se fortalece, pues, con la división moral de la opinión

pública (buenos y malos), el enfrentamiento entre bandos que ven como objetivo la destrucción social, humillación y ridiculización del otro.

## Referencias

- Abril, G. (2007). *Análisis crítico de textos visuales: Mirar lo que nos mira*. Síntesis.
- Aladro, E. (2002). El humor como medio cognitivo. *CIC – Cuadernos de Información y Comunicación*, 7, 317-327.
- & Jardón, M. (2022). Los memes como jerga del lenguaje digital. *CIC – Cuadernos de Información y Comunicación*, 27, 143-157.
- Alcácer-Guirao, R. y Fouce, H. (2020). Emociones tóxicas en la nueva esfera pública: Controversias mediáticas y discurso del odio. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 123-135. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.18>
- Alonso, L. (1998/2003). *La mirada cualitativa en sociología: Una aproximación interpretativa* (2ª edición). Editorial Fundamentos.
- Arendt, H. (2003). *La condición humana*. Paidós.
- Aunger, R. (2000). *Darwinizing Culture: The status of memetics as a science*. Oxford University Press.
- (2002). *The Electric Meme: A new theory about how we think*. Free Press.
- Avilés, M. (2022, Marzo 22). *Cómo hablar de blanquitud sin ofender a las personas blancas*. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2022/03/22/peru-pelicula-netflix-hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-stephanie-cayo-blanquitud/>
- Bitonte, M. (2008). La socio-semiótica como forma de pensamiento crítico: De la teoría al trabajo sobre configuraciones materiales. *Perspectivas de la Comunicación*, 1(2), 59-71.
- Butler, J. (1997). *Lenguaje, poder e identidad*. Editorial Síntesis.
- (1999). Performativity's Social Magic. En R. Shusterman (Ed.), *Bourdieu: A Critical Reader* (pp. 113-128). Blackwell.
- Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44(4), 562-586. <http://dx.doi.org/10.12697/SSS.2016.44.4.05>.
- Davison, P. (2012). The Language of Internet Memes. En M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader* (pp. 120-134). New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814763025.003.0013>.
- Dawkins, R. (1976/1990). *El gen egoísta: Las bases biológicas de nuestra conducta* (3ª edición). Salvat Editores.
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes: Notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutenberg.
- Gordo, A. (2008). Análisis del discurso: los jóvenes y las tecnologías sociales. En A. Gordo & A. Serrano (Coords.), *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* (pp. 213-244). Pearson Educación.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79* (pp. 117– 127). Routledge & Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.
- Iglesias, P. (2022). *Índices verbales sobre segmentos visuales: Una propuesta para entender la operatividad de los memes plantilla* [Trabajo final del curso Espacio Público y Cultura de Masas – Universidad Complutense de Madrid]. Campus Virtual.

- Jenkins, H. (2014, Febrero). *A Meme is a Terrible Thing to Waste: An Interview with Limor Shifman*. <http://henryjenkins.org/blog/2014/02/a-meme-is-a-terrible-thing-to-waste-an-interview-with-limor-shifman-part-one.html>
- Kristeva, J. (1997). Bajtín, la palabra, el diálogo y la novela. En D. Navarro (Ed.), *Intertextualité: Francia en el origen de un término y el desarrollo de un concepto* (pp. 1-24). UNEAC.
- Lynch, E. (2020). *Ensayo sobre lo que no se ve*. Abada Editores.
- LUM (s.f.). *Túpac Amaru y Micaela Bastidas: Memoria, símbolos y misterios*. Lugar de la memoria, la tolerancia y la inclusión social. <https://lum.cultura.pe/exposiciones/t%C3%BApac-amaru-y-micaela-bastidas-memoria-s%C3%ADmbolos-y-misterios>
- Marino, G. (2020). Semiótica de la propagabilidad: Un enfoque sistemático de las imágenes virales a través de Internet. *La Tadeo Dearte*, 6(6), 22-55. <https://doi.org/10.21789/24223158.1415>.
- Meso-Ayerdi, K., Mendiguren-Galdospín, T., & Pérez-Dasilva, J. (2017). Memes políticos difundidos por usuarios de Twitter: Análisis de la jornada electoral del 26J de 2016. *El profesional de la información*, 26(4), 672-683. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.11>.
- Milner, R. (2016). *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. The MIT Press.
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Paidós Ibérica.
- Mouffe, C. (2007). *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Peñamarín, C. (2016). La elaboración de pasiones y conflictos en la nueva esfera pública. *Revista deSignis*, 24, 35-59.
- Rowan, J. (2015). *Memes: Inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Capitán Swing Libros.
- Saiz, V. & Gómez, P. (2021). Los acuerdos afectivos y el desarrollo de las controversias públicas: La rabia feminista. *Revista deSignis*, 36, 79-88.
- Serrano, A. (2008). El análisis de materiales visuales en la investigación social: El caso de la publicidad. En A. Gordo & A. Serrano (Coords.), *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* (pp. 245-286). Pearson Educación.
- Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18, 362-377. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>.
- (2014). *Memes in digital culture*. The MIT Press.
- Soto, A. (2020). *La performatividad de las imágenes*. Ediciones Metales Pesados.