

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

Los memes políticos: Análisis semiótico y discursivo de la figura presidencial en redes sociales

TRABAJO RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA
MARCOS CHAN LIMA

Directora del trabajo recepcional
Dra. Graciela Sánchez Guevara

Ciudad de México, agosto de 2016.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales

Licenciatura en Comunicación y Cultura

**Los memes políticos: Análisis semiótico y discursivo de
la figura presidencial en redes sociales.**

Trabajo Recepcional

Para obtener el título de

Licenciado en Comunicación y Cultura

Presenta

Marcos Chan Lima

Directora del trabajo recepcional:

Dra. Graciela Sánchez Guevara

Ciudad de México, 2016

Registro INDAUTOR

Agradecimientos

Le agradezco profundamente a Dios, el creador de todas las cosas, por haberme permitido vivir hasta este día, brindándome su fortaleza, su compañía, su apoyo y su luz para concluir este trabajo.

Le doy gracias a mis padres quienes me apoyaron desde el día que me vieron abrir los ojos por primera vez y que hoy ven sus esfuerzos correspondidos, fruto de su perseverancia y honradez en cada una de sus acciones, así como a mis hermanas por ser parte importante de mi vida y brindarme su apoyo junto a sus familias en los momentos difíciles.

En especial quiero agradecer a mi directora de tesis, la Dra. Graciela Sánchez Guevara por su constante apoyo, sus indicaciones y orientaciones indispensables en la elaboración de este trabajo; a los sinodales de la tesis: Dra. Maribel Reyes Calixto, Mtra. María del Rosario López Guerrero, Lic. Fernando Mejía Barquera y al Dr. Tanius Karam Cárdenas quienes estudiaron mi tesis y la aprobaron.

A la UACM por brindarme la oportunidad de culminar exitosamente la carrera de Comunicación y Cultura, además por haberme otorgado el apoyo económico de la Beca Institucional de Licenciatura, Beca de UACM-ALDF Titulación y Beca para Impresión y/o empastado de Trabajo Recepcional o Tesis que permitieron obtener todo el material de lectura necesario, impresiones de trabajos finales para certificar, el empastado e impresión final de la tesis, comidas y pasajes de servicio colectivo a lo largo de mi vida universitaria y a mis maestros en general por sus enseñanzas, su dedicación y tiempo invaluable.

A mis amigos (as) con quienes compartí el aula escolar, con quienes me desvelé realizando trabajos y compartimos muchos momentos. A mis compañeros tesisistas de la Dra. Sánchez, por su apoyo moral y motivación recíproca, de corazón gracias a todos por ser parte de mi historia y permitirme ser parte de la suya.

Índice

Para iniciar	1
Capítulo I.....	16
Condiciones de producción de Memes en redes sociales	16
Introducción.....	16
1.1 Historia de las redes sociales.....	16
1.1.1 Historia de la computadora personal o PC (<i>Personal Computer</i>).....	16
1.1.1.1 Cinco generaciones de las PC.....	20
1.1.1.2 Modelo de Von Neumann.....	25
1.1.2 Nacimiento de Internet y las bases para las Redes sociales.....	26
1.2 <i>Facebook y Twitter</i>	31
1.2.1 <i>Facebook (Fundada el 4 de febrero de 2004)</i>	31
1.2.2 <i>Twitter</i>	32
1.3 Impacto cibernocio-cultural-político de las redes sociales.....	32
1.4 Los memes: su origen	37
1.4.1 Características básicas del meme	39
1.4.2 El dominio de los memes.....	41
1.4.3 La historia de los memes vista desde los cibernautas en Internet.	43
1.5 Los memes políticos y sus condiciones de aceptación en México.	47
.....	47
1.5.1 Los sujetos semióticos discursivos.	48
1.5.2 Construcción del nuevo sujeto ciber-colectivo	51
Reflexiones	53
Capítulo II.....	55
La reforma energética y los memes.....	55
Introducción.....	55
2.1 Los memes y la reforma energética: Antecedentes.....	56
2.1.1 La expropiación Petrolera.....	57
2.1.2 PEMEX.....	58
2.1.3 Cronología de PEMEX.....	59
2.1.3.1. 78 años de expropiación petrolera	59
2.1.4 Enrique Peña Nieto: Periodo presidencial (2012- en curso hasta 2018)	67
2.2 El meme de la Reforma Energética como texto	70

2.2.1 Reforma Energética como signo.....	70
2.2.2 El meme y sus mensajes.....	74
2.2.3 El meme como texto en la semiótica de la cultura.....	80
2.2.4 El meme, urdimbre de poder e ideología	81
2.2.5 Función socio comunicativa del texto	82
2.2.6 El texto como tejido	88
2.2.7 Memoria de la cultura	90
Reflexiones	91
Capítulo III.....	94
El cibertexto-meme-político: procesos de comunicación, poder e ideología	94
Introducción.....	94
3.1 Cibernautas y memes políticos: codificación/decodificación.....	95
3.1.1 Los memes políticos: denotación/connotación	98
3.2 Los memes, su poder simbólico.....	104
3.3 Los memes y la polisemia	109
3.4 Los cibertextos-memes-políticos: Procesos de la comunicación	114
3.4.1 Procesos de comunicación según Stuart Hall	114
3.4.2 Procesos de comunicación según Thompson	120
3.4.3 Procesos de comunicación según Morley.....	124
3.4.4 Orozco y las audiencias como epicentro de la comunicación	125
Reflexiones	128
Para cerrar por el momento.....	130
Obras citadas	133
Índice Onomástico.....	136
Índice Temático	143
Índice de figuras	145
Anexos.....	150

PARA INICIAR

Mis motivaciones

Para comenzar cabe destacar las razones que me motivaron a realizar esta investigación sobre la producción de memes como un nuevo tipo de caricatura a través de los cuales se ironiza a personajes de la vida política, artística, deportiva, económica, social, histórica de cualquier parte del mundo. Además de saber quiénes son los que los realizan y como se viralizan en las redes sociales como Facebook y Twitter.

Desde que aparecieron las redes sociales me interesó incursionar en este tipo de comunicación y rápidamente abrí una cuenta en Facebook y otra en Twitter, a fin de estar constantemente comunicado con mis familiares y amigos y amigas. Quería estar enterado de todo lo que acontecía a mí alrededor.

En ese constante estar conectado a través de las redes sociales, descubrí los “memes” y su potencial para aportar un estudio semiótico a la comunicación desde la cibercultura. Como estudiante de la Licenciatura de Comunicación y Cultura (LCyC), ya con las suficientes y necesarias herramientas teórico-metodológicas, tomé la decisión de realizar una investigación sobre memes, redes sociales y política, trinomio que siempre me ha interesado.

A partir de los conocimientos adquiridos en la LCyC, y durante mi estancia en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) he podido diferenciar los *mass media* de las tecnologías de información y de comunicación; mostrar y hacer un registro de los diferentes matices que implican los memes como nuevos productos culturales elaborados por sujetos que demuestran su alto grado de creatividad, inteligencia y humor para hacer catarsis ante la impotencia social, política y cultural que el país está experimentando en el tema de las Reformas Estructurales y, por último, generar nuevas categorías de análisis respecto de este tema de actualidad.

México se encuentra en un periodo histórico-coyuntural muy importante a partir de las 11 Reformas Estructurales propuestas por el Poder Ejecutivo. La

sociedad ha mostrado estar indignada ante los resultados de dichas Reformas, basta ver los altos niveles de contaminantes, que durante muchos años no se habían experimentado, y actualmente aquejan a los ciudadanos, con seguridad, tiene que ver con las gasolinas baratas que compra el gobierno a fin de cumplir con la promesa de que este energético no subiría en estos años.

Las Reformas Estructurales sirvieron de materia prima para crear los memes cuyo propósito es el de ironizar, ridiculizar y burlarse de los personajes políticos que las propusieron. Los memes circulan mediante las redes sociales a una velocidad impresionante, y se establece una comunicación *underground*, en el sentido de que pocos son los que tienen acceso a ellas, además de pertenecer a una población con este tipo de información, por lo tanto, la generalidad no tiene acceso a la crítica política contenida en este nuevo tipo de caricatura.

Antecedentes De los cibernautas, internautas

Con la era digital existe un sector de la ciudadanía que ha experimentado el avance tecnológico (cibernautas o internautas) al que no todas las personas han tenido acceso por medio de una computadora con conexión a internet. Esto se debe a la falta de recursos económicos de una buena parte de la población que no tiene el recurso económico suficiente para adquirir una computadora, pagar el servicio de internet en casa o para el alquiler por hora de un equipo de cómputo en los denominados cibercafés, así como también carecer de los conocimientos básicos y de las habilidades para utilizar estos medios cibernéticos y quizás también por la falta de un guía o interés personal.

La estadística indica que 72 millones de mexicanos (Mendieta, 2013) no cuentan con los recursos económicos para acceder a las redes sociales y se les denomina “marginados digitales” porque forman parte de la “Brecha digital”.

Actualmente hay varios tipos de usuarios de equipo de cómputo y de redes sociales a saber:

1. Los cibernautas, internautas que sabe utilizar los medios digitales. Son parte fundamental en la difusión de los memes al utilizar funciones como

“likes” (me gusta) o *shares* (comparte) y de esto deriva el contagio o la viralidad al esparcir la semilla cibernética en el amplio universo de las redes sociales

2. Los cibernautas, internautas o ciberusuarios son aquellos que tienen los conocimientos y capacidades para utilizar programas de edición gráfica, construir contenidos y memes. A estos cibernautas se les puede denominar “ciber-productores de memes”.

El estado de la Cuestión

En relación con el estado de la cuestión sobre el tema de los memes, las redes sociales y las Reformas estructurales, se encontró un catálogo moderado (en internet en español). Los temas que guardan una relación con el tema de este trabajo recepcional son: caricatura política, las redes sociales y TIC's. También se hallaron artículos nacionales e internacionales, tesis nacionales e internacionales y libros con lo que se obtuvo información que permitió desarrollar esta investigación.

Tratando de hacer un balance sobre la información recabada, se hallaron en internet tres artículos nacionales y 14 internacionales cuatro tesis nacionales en el portal de la Biblioteca Central de la UNAM, seis tesis internacionales; cuatro libros nacionales.

Cabe señalar que no hay mucha información sobre los memes como tema ya que es algo nuevo en México, pero en Estados Unidos se halló información considerable, lo que significa que en ese país hay un interés sobre el estudio de este fenómeno. En relación con los artículos a nivel nacional obsérvese el cuadro siguiente:

Artículos sobre caricatura en prensa y redes sociales

Artículos nacionales de la revista Razón y palabra (Sistema de información científica Redalyc)		
Título	Autor	Año
Darwin hoy	Avedis Aznavurian	2012
La caricatura política: Sus funcionamientos retóricos	Graciela Sánchez Guevara	2011
Internet 2008	Octavio Islas	2009

De los artículos internacionales se hallaron 14 producciones del año 2002 al 2014

Artículos internacionales		
Título	Autor	Año
Memes em weblogs: proposta da uma taxonomia (Revista FAMECOS. Porto Alegre, Brasil)	Raquel Da Cunha Recuero	2014
Hacia una nueva conceptualización evolutiva de la comunicación «cultural»	James Lull, Eduardo Neiva	20114
Internet: monitored freedom (Journal of Information Systems and Technology Management Universidad de Sao Paulo, Brasil)	Fernando Kuschnaroff Contreras, Fátima Bayma de Oliveira, Evelyn Souto Martins Muller	2012
Internet use in LatinAmerica (Revista: Palabra Clave. Universidad de la Sabana, Colombia)	Ryan Salzman, Alan B. Albarrán	2011
Insights into Internet Memes (Association for the Advancement of Artificial Intelligence. Bonn, Germany)	Christian Bauckage	2011
Naturaleza y características de los servicios y los contenidos digitales abiertos (Cuadernos de Información y Comunicación. Universidad Complutense de Madrid- UCM)	Francisco García, Manuel Gertrudix	2011
Hacia la era de las TIC (Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad – CTS, vol. 6, Argentina)	Jorge Aguirre	2011
De la selección natural a la co-optación social de la genética:El tránsito de Carlos Darwin por la cultura	Juan Carlos Skewes V.	2011
Concepciones del Profesor sobre lo educativo de las tecnologías de información y la comunicación (TIC) asociados a procesos de enseñanza en el aula escolar. (Estudios pedagógicos, Vol. XXXVI. Valdivia Chile)	Marcelo Arancibia, Carmen Paz, Paulo Contreras	2010
Privacidad y redes sociales (Revista de Internet, Derecho y Política Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona, España)	Agustí Cerrillo Martínez	2009
All Your Media Are Belong To Us: An Analysis of the Cultural Connotations of the Internet Meme (Literature, Culture and Digital Media USA)	Joakim Danung, Lissa Holloway Ataway	2008
All your chocolate rain are belong to us? Viral video, Youtube and the Dynamics of Participatory Culture (Institute of Network Cultures Amsterdam, Netherlands)	Jean Burgess	2008
Movimientos sociales: TIC y prácticas políticas (Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad- Universidad Central de Colombia)	Carlos Eduardo Valderrama	2008
Rasgos culturales compartidos por usuarios de sistemas informáticos	Rosanna Costaguta; Marilena Maldonado.	2006
Internet, virtualidad y comunidad (Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica)	Ignacio Siles	2005
Memes and affinities: Cultural replication and literacy education (NCR, Miami, USA)	Michele Knobel, Colin Lanskhear	2005
Selección en dos niveles en la evolución de la ciencia	Sigrid S. Glenn	2003

Las buenas maneras del internet (Revista de Educación a Distancia Universidad de Murcia, España)	Miguel Zapata	2002
--	---------------	------

En idioma inglés, se hallaron 28 artículos que abordan el tema de memes.

Artículos de investigación adicional en inglés		
Título	Autor	Año
Memetic Communication Media – Concepts, Technologies, Applications	Klaus P. Jantke, Jun Fujima, Oksana Arnold, André Schulz	2012
The Spread of the Race Meme: The Meme Meme	Fish J. M.	2011
Assessing global diffusion with Web Memetics: The spread and evolution of a popular joke, Journal of the American Society for Information Science and Technology 60(12), 2567-2576.	Shifman, L. &Thelwall, M.	2009
Theory of Cooperative Coevolution of Genes and Memes	Vladimir Kvasnicka, Jiri Pospichal	2008
Information, Complexity and Generative Replication	Geoffrey M. Hodgson and Thorbjørn Knudsen	2007
Memes, minds, and imagination	Susan Blackmore	2007
Towards Understanding Meme Media Knowledge Evolution	Roland Kaschek, Klaus P. Jantke, and István-Tibor N'ebel	2006
Finding a Niche for Memetics in the 21st Century	Derek Gatherer	2005
Memetics and evolutionary social science	Marion Blute	2005
Evolution by Imitation Gabriel Tarde and the Limits of Memetics	Hans Bernhard Schmid	2004
The Redefinition of Memes: Ascribing Meaning to an Empty Cliché	Michael R. Lissack	2004
Evolution and memes: The human brain as a selective imitation device.	Susan Blackmore	2001
Memetics: a dangerous idea	Luis Benítez Bribiesca	2001
Towards a Cognitive Memetics: Socio-Cognitive Mechanisms for Memes Selection and Spreading	Cristiano Castelfranchi	2001
Forefathers of Memetics: Gabriel Tarde and the Laws of Imitation	Paul Marsden	2000
Different Types of Memes: Recipemes, Selectemes and Explanemes}	John Z. Langrish	1999
What's in a Meme?The Development of the Meme as a Unit of Culture	Garry Chick	1999
Controversies in Meme Theory	Nick Rose	1998
Units, Events and Dynamics in Memetic Evolution	Aaron Lynch	1998
What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution	Francis Heylighen	1998
Cultural Evolution and Units of Selection in Replicating Text	Richard Pocklington, Michael L. Best	1997
Culture and the Evolution of Social Learning	Mark V. Flinn	1997
Memes as Signs in the Dynamic Logic of Semiosis: Molecular Science meets Computation Theory	Terrence W. Deacon	1997
MetaSystem Transitions, Memes, and Cybernetic Immortality	Elan Moritz	1995
Viruses of the mind	Richard Dawkins	1991
Coevolution: Genes, Culture, and Human Diversity	William. H. Durham	1991
Some Caveats about Cultural Transmission Models	Martin Daly	1982

Tesis

En el portal de la Biblioteca Central de la Universidad Nacional Autónoma de México, se encontraron cuatro tesis nacionales entre los años 2009 y 2013

Nacionales			
Título	Autor	Institución	Año
El segundo imperio a través de la caricatura política (Maestría)	Enrique Jorge Romero Fuentes	UNAM (BC)	2013
Repercusiones en las relaciones interpersonales, en el ámbito académico, a causa del uso de las redes sociales. Caso Facebook (Licenciatura)	Danny Castañeda Ortiz	UNAM (BC)	2012
Aportación de las redes sociales a la comunicación mediática en un mundo globalizado (Licenciatura)	Verónica del Carmen Chalita Montiel	UNAM (BC)	2012
El impacto tecnológico en el sector público mexicano: un enfoque sobre las tic's (2000-2009) (Licenciatura)	Miguel Ángel Barco Ortiz	UNAM (BC)	2000-2009

En internet se hallaron seis tesis internacionales del año 2002 al 2012, en España, Bélgica, República Checa, Estados Unidos y Chile.

Tesis Internacionales			
Título	Autor	Institución	Año
Internet memes as Means of Communications (Maestría)	Branislav Buchel	Masaryk University (República Checa)	2012
LOLs, Lulz, and ROFL: The Culture, Fun, and Serious Bussines of Internet Memes (Licenciatura)	Levinson Noah, David	University of Pittsburg U.S.A	2012
Caricaturas chilenas de la Guerra del Pacífico: 1879-1884 (Maestría)	Patricio Ibarra	Universidad de Chile	2009
Entre broma y broma, la verdad asoma: el golpe de estado de los primeros momentos de la dictadura vistos a través de la caricatura extranjera. Chile 1973 – 1974 (Tesina para Licenciatura)	García Castro, Cristián	Universidad de Chile	2005
Discurso Visual y discurso verbal: análisis pasional de las caricaturas del venezolano Pedro León Zapata (Doctorado)	Agelvis Carrero, Valmore Antonio	Universidad de la Coruña	2005
The viral aspects of Languaje: A Quantative Research of Memetic Selection Criteria. (Maestría)	Klaas Chielens	Vrije Universiteit Brussel	2002

Libros nacionales e internacionales

Libros nacionales		
Título	Autor	Año
El calavera: la caricatura en tiempos de guerra	Helia Emma Bonilla Reyna	2011
Porfirio Díaz y los símbolos del poder. La caricatura política en la construcción de imaginarios	Fausta Gantus	2007
Las indagatorias en torno a una caricatura denunciada en 1829	Helia Emma Bonilla Reyna	2006
El telégrafo y la introducción de la caricatura francesa en la prensa mexicana	Helia Emma Bonilla Reyna	2002
La caricatura política en México en el siglo XIX	Esther Acevedo	2000

Libros internacionales		
Título	Autor	Año
Genes, Memes, Culture, and Mental Illness	Leigh Hoyle	2010
A new literacies sampler	Michele Knobel, Colin Lankshear	2007
Meme warfare: How to overthrow the powers that be on a low budget	Stephen DeVoy	2005
The Electric meme	Aunger Robert	2002
Darwinizing the culture: The status of memetics as a science	Aunger Robert	2000
The meme machine	Susan Blackmore	1999
Consilience: The unity of knowledge	O. Wilson Edwart	1998
El gen egoísta: Las bases biológicas de nuestra conducta	Dawkins Richards	1976

Construcción del objeto de estudio

Para poder construir el objeto de estudio de esta investigación, primero se observa el objeto empírico que de acuerdo con el Prof. Pablo Mariñez, "...suele estar apegado al tema de la investigación y puede agotarse en un enunciado general...". En este sentido, se accedió a las redes y se obtuvo una gran cantidad de memes que abordaban el tema de las Reformas Estructurales, lo cual constituye el **objeto empírico** que se define como "El estudio de los memes sobre las reformas estructurales que circulan en las redes sociales".

Con base en el objeto empírico, se comenzó a construir el objeto de estudio. Primero se delimitó el tema, en este caso la Reforma Energética, después los personajes políticos: El presidente de México, Emilio Chuayffet, ex secretario de Educación Pública, Lázaro Cárdenas del Río y el Tío Sam; personajes artísticos:

Elizabeth Banks; personajes científicos: Neil deGrasse Tyson y deportistas: el futbolista del momento, Memo Ochoa.

Posteriormente, se observaron las características de los caricaturistas de prensa, sujetos individuales con conocimiento y desarrollo de habilidades y destrezas tanto para dibujar como para ironizar, ridiculizar, burlarse políticamente de los personajes que conducen la vida de los mexicanos; y se comparó con los productores cibernautas o internautas, quienes poseen suficientes conocimientos para recuperar las fotografías de los portales, editar las imágenes, agregar discurso en boca de los personajes, además de otros textos verbales y visuales que van dirigiendo la mirada de los demás internautas y los conducen a dar *likes*, *me gusta*, los *share* o compartidas imprimen un impacto relevante en las redes sociales entre los internautas que tienen conciencia política al interpretar el mensaje en los memes con sus propios recursos culturales. El meme quizá no resuelve los problemas de México, pero permite tanto al nuevo tipo de cibercaricaturista¹ como a los cibernautas hacer catarsis de sus frustraciones ante la impotencia de ver un país mejor. Además, la importancia de los memes es que también sirven como memoria histórica-visual.

Con base en lo anterior, el **objeto de estudio** se construye conforme a los siguientes hallazgos: la emergencia de un sujeto colectivo cibercaricaturista como un nuevo tipo de caricaturista que visita el espacio virtual, y configura, de acuerdo con su contexto histórico-social-cultural-político-ideológico, un nuevo tipo de caricatura denominado “meme” a fin de que circule en las redes sociales y sea visto por los cibernautas o internautas quienes a su vez consumen el producto histórico-social-cultural-político-ideológico y lo circulan a través de las compartidas o *share*, lo comentan y le imprimen el “me gusta” o *likes*.

En otras palabras, el objeto de estudio reúne al cibercaricaturista, los memes y los cibernautas o internautas los cuales se reúnen a través de las redes sociales mediante un nuevo modelo de comunicación “explosivo”: el cibercaricaturista considerado como un sujeto colectivo, el meme que es el mensaje en el que se

¹Esta categoría analítica fue discutida entre mi directora de tesis, Dra. Graciela Sánchez Guevara y quien escribe, por lo tanto, la autoría de esta categoría es de mi directora y del sustentante de este trabajo recepcional.

incluye una serie de información real obtenida del pasado histórico y actualizado-resignificado en el meme polifónico, los cibernautas que a la vez son consumidores colectivos y recirculan los memes. Por lo tanto, el modelo de comunicación ya no es lineal, sino se puede definir como una información explosiva porque va hacia todos los ciberespacios en tiempo real y virtual.²

Basándose exclusivamente en la observación que se ha realizado en las redes sociales de Facebook y Twitter, se detectaron las siguientes características en la construcción de los ‘memes’: A) Un productor colectivo de los memes políticos, el cual a través de la fotocomposición y el texto codificado, muestra sus formaciones sociales, históricas, culturales, políticas y económicas (Haidar, 2006) en el discurso verbo-visual (Sánchez, 2005, 2013), en consecuencia se construye un ‘nuevo tipo de caricaturista político anónimo colectivo’ cibercaricaturista; B) Las condiciones de consumo y circulación de los memes, que son a su vez circulados por los usuarios promedio o no promedio, y estos pueden cambiarlos, con ello, los memes se actualizan-resignifican no solo en su imagen y discurso, sino también en temas, esto debido a la *viralidad* de las redes sociales pues pueden llegar a miles de internautas conectados simultáneamente y en diferentes horarios y espacios.

Esto da origen a un fenómeno social, cultural, económico (al referirse a un segmento de la población que acceda a la tecnología digital) y político de los usuarios de estas redes sociales donde se intentará establecer la relación del emisor/ productor/sujeto colectivo (como nuevo modelo de comunicación explosivo) con y los lectores colectivos para llegar a un nuevo tipo de caricaturista (un sujeto de orden colectivo). Los memes son producidos por los sujetos colectivos, a quien se necesita categorizar o definir quién es, debido a que no es un caricaturista político por no realizar los trazos a mano sobre el papel sino editar imágenes en esta era digital, así como también a los usuarios que reutilizan o reciclan estos contenidos resignificando como respuesta en forma de imagen su opinión personal.

Para realizar el análisis de los memes en las plataformas mencionadas, se recurre al análisis del discurso y a la semiótica visual que permitirán categorizar y

²Esta última reflexión surgió en mis últimas asesorías con mi directora, Dra. Graciela Sánchez Guevara, quien con el dominio de la teoría lotmaniana, se recurrió al texto del autor, Explosión Cultural.

definir contenidos, productores y usuarios que actualizan y resignifican desde su contexto y perspectiva el momento vivido.

Conformación del corpus analítico semiótico-discursivo

Para conformar el corpus analítico semiótico-discursivo, se diseñaron una serie de criterios de selección relacionados con el objeto de estudio de esta investigación consistente en:

El cibercaricaturista, los memes y los cibernautas los cuales se reúnen a través de las redes sociales mediante un nuevo modelo de comunicación “explosivo”: el cibercaricaturista considerado como un sujeto colectivo, el meme como mensaje en el que se incluye una serie de información real obtenida del pasado histórico y actualizado-resignificado en tiempos actuales lo que constituye un meme polifónico, los cibernautas que a la vez son consumidores colectivos y recirculan los memes.

Los criterios de selección toman en cuenta: a) Período coyuntural histórico-social-político-económico, b) Relevancia del tema —la Reforma Energética—; c) Sujetos históricos —nacionales e internacionales a los que se ironiza—; d) Sujetos científicos-artísticos-deportivos que componen el meme para ironizar al sujeto relevante; e) redes sociales: Facebook y Twitter

De un total de 131 memes, se eligieron 15 para su análisis. De las 11 Reformas Estructurales: la Energética, la de Telecomunicaciones y Radiodifusión, la Económica, la Financiera, la Laboral, la Educativa, la Hacendaria, la de Procedimientos Penales, la Nueva Ley de Amparo, la Política-Electoral y la de Transparencia, propuestas por el Poder Ejecutivo, se seleccionó la Reforma Energética, porque históricamente ha sido el tema más importante en la vida de México, además por la naturaleza del país, principalmente petrolero. En segundo lugar, los memes reflejan el pensamiento colectivo de los cibersujetos que de ahora en adelante serán los cibrecaricaturistas, que se dedican con un profundo conocimiento histórico, ideológico y político, a ridiculizar e ironizar tanto a los sujetos políticos que se dedican a diseñar la vida de los mexicanos, como a las acciones impuestas por un grupo pequeño de legisladores, olvidando al pueblo que los votó.

Las redes sociales a nivel mundial: Facebook y Twitter se identifican como grandes reservorios de información útiles para identificar, discriminar y seleccionar aquello que es necesario y suficiente para los análisis. A partir de este reservorio se

halló una gran cantidad de memes dirigidos a un sinfín de temas políticos nacionales.

En relación con la producción de los memes se halló que tienen una estructura compleja que integra: imágenes, texto verbal, tiempos históricos y personajes de la vida política, artística y deportiva, lo que implica la intertextualidad entre diversos periodos históricos que México ha vivido.

Lógica de exposición

Los resultados de la investigación están ordenados por tres bloques temáticos que constituyen los tres capítulos de este trabajo recepcional, cada uno con sus objetivos y preguntas particulares. Inicialmente se identificaron tres objetivos generales:

1. Definir al nuevo tipo de sujeto-colectivo-productor de memes políticos con base en elementos que lo conforman al utilizar algunas similitudes con la caricatura política tradicional en conjunción con las tecnologías de la información digital.
2. Explicar el nuevo modelo de comunicación explosivo a partir del espacio-tiempo-virtual considerando a los sujetos colectivos productores (polo de la producción-circulación y consumo), los mensajes polifónicos y los sujetos colectivos cibernautas (polo del consumo-recirculación-reproducción)
3. Construir una matriz de sentido en relación con los elementos del nuevo modelo de comunicación explosivo a partir del espacio-tiempo-virtual en el que un sujeto colectivo produce-consume-circula contenidos en el espacio-tiempo virtual y real, y el sujeto colectivo que reproduce-actualiza-resignifica los contenidos de los memes.

De los objetivos generales surgen las siguientes preguntas generales de investigación:

1. ¿Cuáles son las características y los contextos histórico-sociales-culturales-ideológicos que diferencian al caricaturista de prensa del cibercaricaturista como sujeto-colectivo-productor de memes?

2. ¿Qué elementos constituyen el nuevo modelo de comunicación considerado como una explosión cultural, en la era digital?
 3. ¿Cuáles son las características de los sujetos colectivos productores, consumidores y reproductores, así como de los contenidos de los memes que constituyen una matriz de sentido en el espacio-tiempo virtual-real?
- Una vez que ya se tienen claros los objetivos y las preguntas generales

De investigación emerge una hipótesis general que cruza toda la investigación:

Los memes como un nuevo tipo de caricatura en la era digital, permiten tanto a productores como a consumidores —cibercaricaturistas y cibernautas— ironizar, ridiculizar a los sujetos de la vida política de México, como modo de catarsis ante la impotencia de hacer algo para evitar una debacle económica nacional.

En el primer capítulo se explican los antecedentes de la creación de dispositivos electrónicos de la red de redes —Internet—, y la creación de las redes sociales. Se expone como se realiza un meme, quienes los producen y que identifica a estos sujetos (cibercaricaturistas), definición de memes y reacción de los internautas, así como efectos provocados por este fenómeno social cibernético.

Para este capítulo el objetivo particular es: analizar los tipos de memes políticos publicados en las redes sociales, comparando y destacando las diferencias respecto de la caricatura política impresa en periódicos con las de los memes en los medios digitales. La pregunta particular es: ¿Qué tipo de meme político se plantea en las redes sociales y cuál es su diferencia con la caricatura política impresa en periódicos? Este bloque se apoya en planteamientos teórico-metodológicos e históricos.

En el segundo capítulo se retoma la historia presidencial desde el parteaguas que significa la “Expropiación petrolera”, que hiciera en el entonces presidente Lázaro Cárdenas del Río, pasando por todos los sexenios posteriores hasta llegar al actual mandato de Enrique Peña Nieto. ¿Por qué retomar un tema de principios del siglo pasado?, porque el meme seleccionado ocupa elementos importantes de

esa época y lo traslada a la actualidad que vivimos. El objetivo particular para este capítulo es: Describir los mecanismos de difusión utilizados para llevar los memes políticos a los internautas en estas redes sin restricciones legales. La pregunta de investigación es: ¿Cómo y quiénes difunden el contenido de los memes políticos en las redes sociales sin restricciones legales?

El contenido histórico de PEMEX permite contextualizar los hechos que han llevado a los ciber-caricaturistas a crear los memes, al fusionar los elementos semióticos que los componen en una sola imagen. Hay quienes producen los memes, otros los difunden al compartirlos, otros opinan y al hacerlo retroalimentan un trending topic, que puede ser comentado innumerablemente, esto radica en el conocimiento que poseen los internautas mexicanos sobre su historia y el tiempo actual, estos elementos implícitos en el meme de la reforma energética son decodificados por los internautas al poseer los suficientes códigos culturales.

En este apartado se comienzan a analizar los memes seleccionados de las reformas estructurales con las que la vida política del país guarda una estrecha relación. Con la ayuda de categorías de la semiótica como: signo, significado, significante de Umberto Eco; mensaje lingüístico de Roland Barthes; y semiótica de la cultura de Iuri Lotman, se ofrece una mirada a los memes descomponiendo sus partes por separado y poder apreciarlos en conjunto al mismo tiempo.

El capítulo tercero se refiere al análisis de los memes y sus componentes: los productores, los contenidos y los consumidores, para lo cual el estudio se apoya en las categorías de algunos teóricos de la comunicación. El objetivo particular de este capítulo es: dar a conocer el impacto de la producción de los memes políticos en estas redes sociales, de acuerdo con la participación de los internautas. La pregunta de investigación es: ¿Qué tanto impacto han tenido los memes políticos, específicamente el de la Reforma Energética en las redes sociales?

Para este capítulo se trabaja con la codificación/decodificación, propuesta de Stuart Hall, Morley y Thompson, a fin de identificar la forma en que los ciber-caricaturistas codifican las acciones de los personajes políticos, y cómo decodifican los cibernautas al replicar los memes, con base en los planteamientos teórico-metodológicos de Hall y de Barthes, en cuanto a la denotación y connotación. De Martín Barbero se retoman las mediaciones. Se examinan los memes de acuerdo

con la teoría de la subjetividad, especialmente con la categoría del sujeto semiótico-visual y de texto verbo-visual propuesta de Sánchez Guevara (2005, 2008, 2015). Como resultado del análisis se diseña el nuevo modelo de comunicación que se ha denominado “Modelo de comunicación explosivo”.

La importancia de esta investigación radica en los siguientes ámbitos: social, cultural, político, económico. Las razones son porque la sociedad ha encontrado un nicho donde manifestarse y lograr alcanzar a las demás personas con sus opiniones, buscando con ello abrir horizontes en las mentes pluriversales; en la cultura estas prácticas crecen y evolucionan diariamente por lo que no es algo que se pueda detener de un día para otro y persiste y se convierte en una especie de activismo, algunos lo han llamado ciberactivismo; en lo político contiene todo el peso de su significado ya que es el elemento fundamental del meme y que permite adherir la ironía, el sarcasmo, el humor, la sátira que son elementos de la caricatura política tradicional impresa; en lo económico se excluyen las personas que no poseen el capital para acceder a las tecnologías de información unido a otros factores que no permiten a la persona utilizar estos medios y por último de carácter mundial porque en las redes sociales nada queda oculto, la información viaja prácticamente a la velocidad de la luz con un solo click, es por esto que los memes políticos que ridiculizan al presidente actual, son conocidos en el mundo hispanoparlante y en mucho menos medida con las demás lenguas. En este caso, México se ha dado a conocer desde sus entrañas hacia el mundo y el mundo hace exactamente lo mismo a la inversa, la información vuela en la actualidad.

Hacer caso omiso de este tipo de investigaciones acerca de los cambios en el modelo de comunicación que dan paso a un nuevo sistema de comunicación a través de los memes políticos en Facebook, sería negar un nuevo fenómeno social que cobra fuerza día a día, y que tiene mucho que aportar en el campo social por el comportamiento de los sujetos colectivos al crear estas imágenes, difundirlas, compartirlas, además en el campo de la comunicación porque implica la interacción entre los sujetos en el medio digital y en la cultura porque es una práctica cotidiana en la que participan los nuevos productores de la caricatura política virtual llamadas memes políticos.

Por último, las conclusiones finales acerca de la era digital son que ha traído al mundo las redes sociales, nichos donde la comunicación y la cultura se hacen presentes en las mentes de los cibernautas creativos a los que se han definido como sujetos colectivos. Estos al producir memes donde plasman su idiosincrasia en un proceso histórico, social, cultural, político, económico y al difundir a miles de internautas dentro de estas redes, reflejan de manera virtual un campo rico para ser estudiado a partir de tres núcleos fundamentales: la comunicación, la semiótica visual y el análisis del discurso. Los memes son una muestra de la amplia cultura del mexicano y que debe ser estudiado como un fenómeno de la comunicación por lo que "la cultura es comunicación y la comunicación es cultura", además porque los memes pese a ser fugaces, quedan permanentemente en las mentes de los cibernautas y ello refuerza la memoria histórica, por lo tanto, los memes son también fuentes de información histórica.

Capítulo I

Condiciones de producción de Memes en redes sociales

Introducción

En este primer capítulo se explican los antecedentes de la creación de dispositivos electrónicos, el desarrollo de la red de redes que es Internet, la creación de las redes sociales, porque sin un medio de tecnología sería imposible la difusión del contenido y tampoco sería posible editar con herramientas de software o programas las imágenes y textos que contienen estas producciones. Se explica que es un meme, quienes los producen y que define a estos sujetos, los memes y reacción de los internautas, así como efectos provocados por este fenómeno social cibernético.

Para este capítulo el objetivo particular es: analizar los tipos de meme político publicados en las redes sociales, comparando y destacando las diferencias respecto de la caricatura política impresa en periódicos con las de los memes en los medios digitales. La pregunta particular es: ¿Qué tipo de meme político se plantea en las redes sociales y cuál es su diferencia con la caricatura política impresa en periódicos?

1.1 Historia de las redes sociales.

Abordar las redes sociales obliga a mencionar el proceso histórico por el que ha pasado la humanidad para que fuera posible su aparición. Para ello, nos remontamos a los inicios de las computadoras sin las cuales, no podríamos tener acceso a las redes sociales desde finales del siglo XX y ahora en el siglo XXI. Se hace un breve recorrido por las cinco generaciones por las que ha pasado el sistema computacional y se finaliza con el Modelo de Von Neumann.

1.1.1 Historia de la computadora personal o PC (*Personal Computer*).

La computadora ha ido evolucionando con el paso del tiempo. Una computadora es una máquina que puede efectuar una secuencia de operaciones mediante un programa, al realizar el procesamiento de un conjunto de datos de entrada para generar otro conjunto de datos de salida. Los tipos de computadoras son

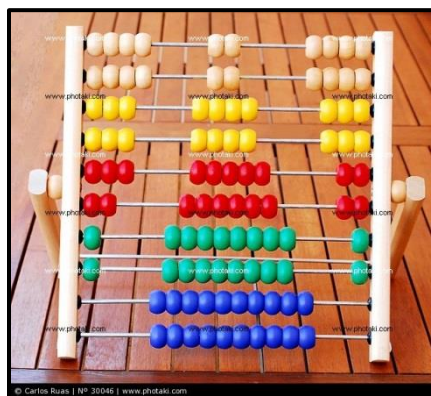
clasificadas de acuerdo al principio de operación en Analógicas y Digitales (Hernández, 2: 2011).

La computadora analógica se caracteriza por realizar soluciones matemáticas como exponenciales o logarítmicas muy rápidamente, sin embargo, existe el inconveniente que, al cambiar el problema a resolver, había que realamburar la circuitería (o cambiar el hardware) (Hernández, 2011 :2).

La computadora digital se basa en dispositivos biestables, es decir que pueden tomar únicamente uno de dos valores posibles: '1' o '0'. Como ventaja, pueden ejecutar diferentes programas para resolver diferentes problemas, sin la necesidad de modificar físicamente la máquina (Hernández, 2011: 3).

Ahora bien, las computadoras nacen de la necesidad del ser humano por realizar operaciones matemáticas de forma automática, un sueño que no fue posible sin pasar por el uso del ábaco³ (véase figura I.1), que se remonta al tiempo de las antiguas civilizaciones griega y romana. Este dispositivo está fabricado con varillas montadas en un marco rectangular, en las varillas se insertan unas cuentas de colores, las cuales se desplazan de un lado a otro, para ir tomando en cuenta los valores almacenados. Este es un punto de referencia, que aún dista mucho de las computadoras (Hernández, 2011: 4).

Figura I.1 Ábaco



³Imagen obtenida de la página: http://www.photaki.es/foto-colorido-abaco-de-madera_30046.htm, consultada el 7 de enero de 2015.

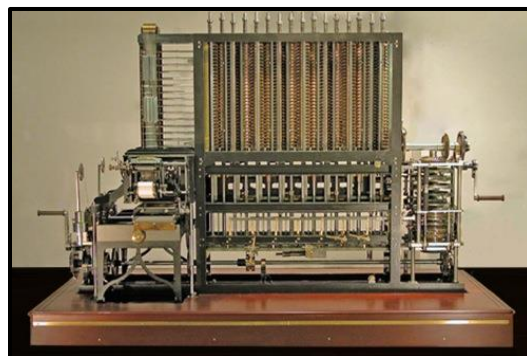
El siguiente invento es la Pascalina⁴ (véase figura I.2), inventada por Blaise Pascal (1623-1662) de Francia y la de Gottfried Wilhelm von Leibniz (1646-1716) de Alemania. La función de estas máquinas era representar datos de acuerdo a la posición de engranajes, los datos se introducían manualmente en la posición de las ruedas y que es comparable al cuentakilómetros de un automóvil (Hernández, 2011: 4).

Figura I. 2 Pascalina



Lo más cercano al inicio de las computadoras fue la máquina analítica⁵ (véase figura I.3) inventada por Charles Babbage, profesor matemático de la Universidad de Cambridge en el siglo XIX. Su idea era crear una manera sencilla de elaborar tablas matemáticas por ser un proceso tedioso y propenso a errores. Para 1823 recibió apoyo del gobierno británico y la creación del proyecto de una máquina de diferencias para realizar sumas repetidas (Hernández, 2011: 4).

Figura I. 3 Máquina analítica



⁴Imagen obtenida de *Fotos de Blaise Pascal y su Máquina* en la página <http://delta.cs.cinvestav.mx/~ccoello/librohistoria/pascal.html>, consultada el 7 de enero de 2015.

⁵Imagen obtenida de la página <https://sites.google.com/site/historiadela-web-jamg/historia-de-la-web/maquina-analitica>, consultada el 7 de enero de 2015.

Al mismo tiempo, Charles Jacquard (francés), fabricante de tejidos, creaba un telar para reproducir automáticamente patrones tejidos de la lectura de información codificada en patrones de agujeros perforados en tarjetas de papel rígido. Fue entonces que, al enterarse de este proyecto, Babbage abandonó la máquina de diferencias y se dedicó sólo al proyecto de la máquina analítica para que se pudiera programar con tarjetas perforadas y así mismo efectuar cualquier cálculo de la precisión de 20 dígitos (Hernández, 2011: 5).

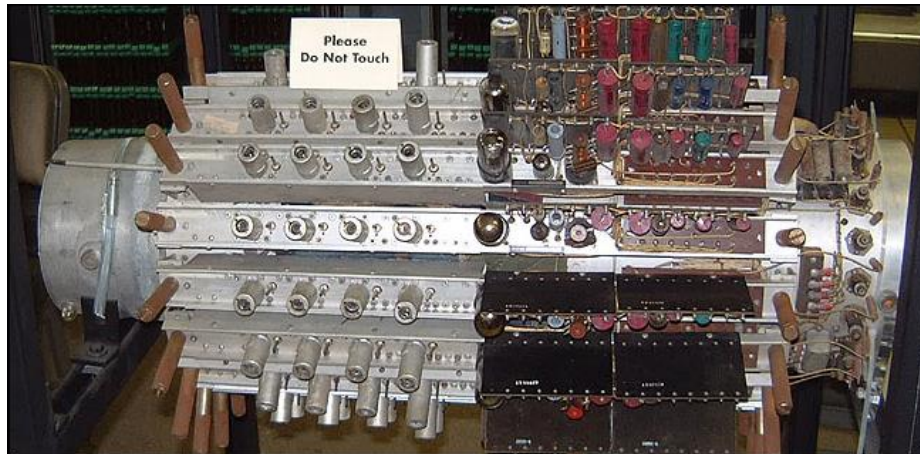
En 1944 se construyó la Mark I, en la Universidad de Harvard. Fue diseñada por un equipo encabezado por Howard H. Aiken. Una máquina no considerada computadora aún por no ser electrónica ni de propósito general, con su funcionamiento basado en dispositivos electromecánicos llamados relevadores (Hernández, 2011: 5).

Para 1947 se construyó la primera computadora electrónica en la Universidad de Pennsylvania la ENIAC (*Electronic Numerical Integrator And Calculator*), diseñada por los ingenieros John Mauchly y Jhon Eckert. Fue una máquina que ocupaba todo un sótano de la Universidad, con más de 18,000 tubos de vacío, consumía 200 KW de energía eléctrica ayudada por un sistema de aire acondicionado. Era capaz de realizar cinco mil operaciones aritméticas en un segundo. En este periodo, John Von Neumann (1903-1957), ingeniero y matemático húngaro, se integró al proyecto del departamento de Defensa de los Estados Unidos. Sus ideas resultaron fundamentales para el desarrollo de estos dispositivos y se le considera el padre de las computadoras (Hernández, 2011: 5).

La EDVAC⁶ (*Electronic Discrete Variable Automatic Computer*) (véase figura 1.4) se diseñó con ese nuevo equipo. Fue fabricada con aproximadamente cuatro mil bulbos y usaba un tipo de memoria en un sistema de tubos llenos de mercurio, en el que circulaban las señales eléctricas sujetas a retardos (es decir, de memoria de línea de retardo que es un dispositivo capaz de almacenar datos aprovechando el tiempo que necesita una señal para propagarse en un medio físico) (Hernández, 2011: 6).

⁶Imagen obtenida de la página <http://elmecanismoanticitera.blogspot.mx/2011/07/lineas-de-retardo.html>, consultada el 7 de enero de 2015.

Figura I. 4 memoria de mercurio EDVAC



La idea fundamental de Von Neumann consistía en permitir que coexistieran datos dentro de la memoria con instrucciones, y de esta manera fuera posible para la computadora ser programada en un lenguaje, y no por medio de alambres que interconectarán eléctricamente varias secciones de control como lo hacía la ENIAC (Hernández, 2011: 6).

El desarrollo de las computadoras se visualiza por generaciones y el criterio para separar estas generaciones no están muy bien definidos, aparentemente se toman en consideración los siguientes requisitos: La manera en que están construidas, y el modo en que el ser humano se comunica con ellas (Hernández, 2011: 7).

1.1.1.1 Cinco generaciones de las PC

a) Primera generación

La primera generación se manifestó en la década de los años cincuenta con la construcción de máquinas que tenían las siguientes características:

- I) Se construyeron mediante tubos de vacío.
- II) Fueron programadas en lenguaje de máquina.
- III) Por su enorme tamaño su costo era de cientos de miles de dólares.

En 1951 aparece la UNIVAC (*UNIVersAIComputer*) primera computadora comercial que disponía de mil palabras de memoria central, capaz de leer cintas magnéticas, fue útil al procesar el censo de 1950 en Estados Unidos (Hernández, 2011: 8).

Las dos primeras generaciones utilizaban tarjetas perforadas, retomadas por Herman Hollerit (1860-1929), quien además fundó la compañía IBM (*International Bussines Machines*). Después se desarrolló la máquina IBM 701 con 18 unidades entre 1953 y 1957. Posteriormente, *Remington Rand* (compañía rival) fabricó el modelo 1103 para competir con la 701 en el campo científico. Entonces IBM desarrolló la 702, que presentó problemas de memoria y por lo cual salió rápidamente del mercado. La computadora más exitosa de la primera generación fue la IBM 650, con cientos de unidades. Esta máquina/computadora utilizaba esquemas de memoria secundaria llamado tambor magnético, siendo este el antecesor de los discos actuales (Hernández, 2011: 9).

b) Segunda generación

En la década de los sesenta, la evolución de las computadoras, mostraba cómo reducían su tamaño y aumentaban su capacidad de procesamiento. Se comienza a definir la forma de comunicarse, a través de la programación de sistemas. Las características de la segunda generación son las siguientes: I) Están construidas con circuitos transistores, II) Se programan en nuevos lenguajes llamados lenguajes de alto nivel y III) El tamaño y costos son reducidos (Hernández, 2011: 11).

En estos años surgen muchas compañías y las computadoras eran bastante adelantadas para su época como la serie 5000 de Burroughs y el ATLAS de la Universidad de Manchester. Esta generación se caracterizó por levantar a pioneros capaces de programar una computadora, obligados a crear instrucciones en lenguaje de programación y obtener resultados; verificar y corregir errores o *bugs* que aparecieran. El programa resultante debía ser guardado en una grabadora de cassette⁷, ya que en esa época no existían los discos flexibles y mucho menos los discos duros de PC (Hernández, 2011: 12).

⁷Se refiere al uso de un cassette para guardar información, aún no existían los disquetes.

Salen a la venta las primeras computadoras personales o PC con mejora de circuitos con más memoria, unidades de disco flexible y programas de aplicación general para que el usuario adquiriera el programa. Cambia de la noche a la mañana la imagen de la PC a partir de la incorporación de procesadores de palabras como *Word Star*, la hoja de cálculo (*spreadsheet*) *Visicalc* y se revela un nuevo elemento: el usuario (Hernández, 2011: 12).

El usuario de las computadoras cambia y evoluciona al paso del tiempo, también estaba desconectado de las grandes máquinas y pasa a utilizar a la PC para ser pieza clave en el diseño de *hardware* y *software*. Por ello nace el concepto de *human interface* que es la relación entre el usuario y la computadora. Se crea el *hardware*⁸ ergonómico (que se adapta a las dimensiones humanas para reducir el cansancio), diseños de pantallas antirreflejos y teclados que descansen las muñecas (Hernández, 2011: 13).

En el *software*⁹ se busca que el usuario produzca contenidos en vez de estar capacitándose y entrenándose. Se crean programas con menús (listas de opciones) para orientar al usuario; otros programas ofrecen atajos con teclas de control y combinaciones, aplicando cursos para los usuarios en cada programa ya que ninguno mantenía las mismas especificaciones. Los desarrolladores de software vieron que la relación entre el usuario y la PC no era amistosa y debía mejorar (Hernández, 2011: 13).

Computadoras de esta generación son: *Philco 212*, *UNIVAC M460*, *Control Sata Corporation* modelo 1604, modelo 3000, *IBM 7090*, *National Cash Register* con el modelo *NCR 315* para proceso de datos tipo comercial, *Radio Corporation of América* modelo 501 con lenguaje *COBOL*, utilizada para procesos administrativos y comerciales y la *RCA 601* para el mercado (Hernández, 2011: 14).

⁸*hardware*. (Voz ingl.). **1.m.** *Inform.* Conjunto de los componentes que integran la parte material de una computadora. *Real Academia Española* © Todos los derechos reservados

⁹*software*. (Voz ingl.). **1.m.** *Inform.* Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora. *Real Academia Española* © Todos los derechos reservados

c) Tercera generación

Los avances de la comunicación con las computadoras en la década de 1960 y los progresos de la electrónica permitieron el surgimiento de la tercera generación de las computadoras. Sus características son las siguientes: I) Su fabricación electrónica está basada en circuitos integrados, II) Su manejo es por medio de los lenguajes de control de los sistemas operativos y III) La IBM produce la serie 360 con los modelos 20, 22, 30, 40, 50, 65, 67, 75, 85, 90, 195¹⁰ (Hernández, 2011: 15). En 1964 *Control Data Corporation* (CDC) introdujo la serie 6000 con la computadora 6600 considerada en esos años como la más rápida. En la década de los setenta, IBM produce la serie 370 (modelos: 115, 125, 135, 145, 158, 168). UNIVAC compite introduciendo los modelos 1108 y 1110, mientras que CDC produce su serie 7000 con el modelo 7600. Computadoras conocidas por ser muy potentes y veloces. A finales de la década, IBM vuelve a producir modelos de su serie 370 (3031, 3033, 4341). *Burroughs* con la serie 6000 produce los modelos 6500 y 6700 de avanzado diseño, reemplazados por la serie 7000. *Honey – Well* introduce su computadora DPS al mercado con varios modelos (Hernández, 2011: 16).

Para mediados de la década de los setenta salen al mercado computadoras de tamaño mediano o minicomputadoras a menores costos en comparación con las grandes llamadas *mainframes* (gran sistema), y disponen además de mayor capacidad de procesamiento. Algunas minicomputadoras de esa época fueron las siguientes: la PDP-8 y la PDP-11 de *Digital Equipment Corporation*, La VAX (*Virtual Adresse Xtended*) de esa misma compañía, los modelos NOVA y ECLIPSE de Data General, la serie 3000 y 9000 de *Hewlett-Packard* con varios modelos el 36 y el 34, la Wang y Honey-Well-Bull, Siemens de origen alemán, la ICL fabricada en Inglaterra (Hernández, 2011: 17).

¹⁰La IBM serie 360 engloba todos los modelos descritos, tienen la característica de usar la microprogramación, crearon el concepto de arquitectura de familia al hacer que sus modelos pudieran usar el mismo software y los mismos periféricos. Uno de los primeros en usar circuitos integrados, fue la primera computadora en ser atacada por virus en la historia de la informática llamado “Creaper”, creado en 1972.

d) Cuarta generación

En esta época aparecen los microprocesadores como un gran adelanto de la microelectrónica, presentados como circuitos integrados de alta densidad y con una velocidad impresionante. Las microcomputadoras pasan a ser pequeñas y baratas, extendiendo su uso en el mercado industrial.

Aquí es el punto de inflexión donde nacen las computadoras personales tal y como las conocemos al influir en la sociedad en general en la llamada “revolución informática” (Hernández, 2011: 18).

En 1976 Steve Wozniak y Steve Jobs inventan la primera microcomputadora de uso masivo y posteriormente fundan la compañía conocida como Apple siendo la segunda compañía más grande del mundo, antecedida únicamente por IBM. En 1981 se vendieron 800,000 computadoras personales, al siguiente año subió a 1, 400,000. Entre 1984 y 1987 se vendieron alrededor de 60 millones de computadoras personales, marcando su impacto y penetración en la sociedad moderna (Hernández, 2011: 18).

El *software* experimenta un enorme avance debido a la mayor comunicación interactiva con el usuario. Con la nueva velocidad de procesamiento surgen nuevas aplicaciones como los procesadores de palabra, las hojas de cálculo, paquetes gráficos, etc. Crecen las industrias del software de las computadoras personales con mucha rapidez, Gary Kildall y William Gates se dedicaron durante años a la creación de sistemas operativos y métodos para lograr una utilización sencilla de las microcomputadoras (creadores de CP/M y de los productos de Microsoft) (Hernández, 2011: 19).

e) Quinta generación

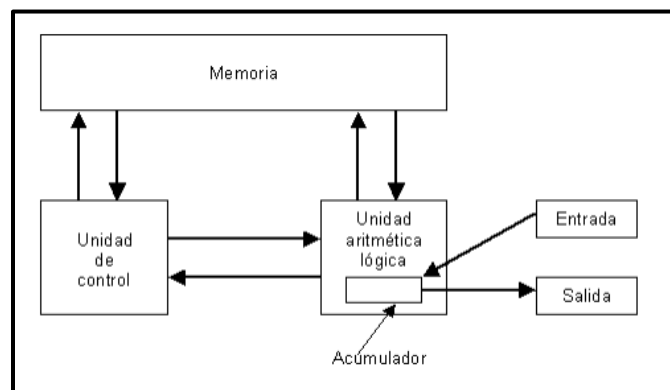
La microelectrónica fue avanzando a grandes pasos. La industria se ha esmerado en poner a la misma altura el desarrollo del software y los sistemas con que se manejan las computadoras. La competencia internacional por el dominio internacional se globaliza en este mercado mundial. El objetivo es alcanzar el siguiente nivel: la capacidad de comunicarse a través de la computadora con un lenguaje más cotidiano y no a través de códigos o lenguaje de control

especializados¹¹ (lenguajes de programación como Pascal, Java, CC+ html, etc.) (Hernández, 2011: 21).

1.1.1.2 Modelo de Von Neumann

Las computadoras digitales de nuestros días utilizan el modelo matemático propuesto por John Von Neumann¹² quien según una característica importante es que tanto datos como programas, se almacenan en la memoria antes de ser utilizados (Hernández, 2011: 23). El modelo de von Neumann explicaba la creación de la memoria en la que esta funciona con la ayuda de 5 partes básicas: La memoria, la unidad aritmética lógica, la unidad de control del programa y los equipos de control y salida (las flechas indican el proceso y es de intercambio continuo). Con este modelo se solucionó la resolución de problemas de cambio de cableado o componentes para resolver cada problema por medio de datos binarios al ejecutar programas que alojaran problema y solución al mismo tiempo (Véase Figura I. 5¹³).

Figura I. 5 Modelo de Von Neumann



¹¹Lenguajes especializados o de programación son un conjunto de instrucciones codificadas que una computadora puede interpretar y ejecutar directamente. *Real Academia Española* © Todos los derechos reservados.

¹²John von Neumann (Budapest, 1903 – Washington, 1957): Matemático húngaro, nacionalizado estadounidense. Nacido del seno de una familia de banqueros judíos, participó en el Proyecto Manhattan para la fabricación de las primeras bombas atómicas. Entre 1944 y 1946 aportó el desarrollo de la memoria en las computadoras y no sólo almacenara datos numéricos sino un programa con instrucciones para la resolución del mismo. Se apartó de toda actividad debido a un cáncer hasta su muerte. Consultado el 20 de enero de 2015 en: <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/n/neumann.htm>

¹³Imagen obtenida de la página <https://bart2603.wordpress.com/2009/08/02/el-modelo-de-von-neumann-un-nuevo-concepto-para-un-mejor-desempeno/>, consultada el 3 de febrero de 2015.

1.1.2 Nacimiento de Internet y las bases para las Redes sociales.

Las computadoras son el medio idóneo por el cual el usuario tiene acceso a internet. Por ello consideramos importante explicar las características de las generaciones por las que tuvo que pasar la computación hasta llegar a la PC, además de explicar las raíces y el desarrollo de este sistema que es la red de redes en el mundo virtual antes de la historia de las redes sociales.

Inicialmente Internet era llamado ARPANET (*Advanced Research Project Agency Net*) en 1969 como un proyecto del gobierno estadounidense de carácter estrictamente militar que consistía de una red de ordenadores¹⁴ conectados entre sí, para enviar información mediante diversas rutas que facilitaran la destrucción de alguno de sus puntos y de esta manera no fuera desperdiciada pudiendo llegar a su destino (Universitat Pompeu Fabra, 2013).

A partir de los sesentas, el proyecto salió de lo estrictamente militar, ya que al unirse a la red, empresas e instituciones educativas. Como el sistema fue novedoso, comenzaron a crear redes por todo el mundo. Sin embargo, las computadoras no se podían comunicar entre sí, por que utilizaban protocolos de transmisión de datos diferentes. Fue entonces cuando en 1974, Vinton Cerf¹⁵ y Robert E. Kahn crearon el Protocolo para Intercomunicación de Redes por paquetes y con ello surge el actual protocolo, el TCP/IP (Transfer Control Protocol/ Internet Protocol) que encontró su establecimiento definitivo en 1982 en Estados Unidos (Universitat Pompeu Fabra, 2013).

Así de esta manera, se estableció un idioma general (binario) para los ordenadores y así pudieron conectarse las demás redes a una sola red, denominada Internet. Entonces se creó el sistema de denominación de dominios (DNS, *Domain*

¹⁴En España ordenadores sinónimo de computadora como es conocido en México.

¹⁵VintonCerf: Para unos, considerado el padre del Internet, nació en Conetticut (Estados Unidos) en 1943, graduado en matemáticas por la Universidad de Stanford y doctorado en Informática en la de California (UCLA), responsable de la creación de protocolos informáticos TCP/IP capaz de conectar computadoras entre sí. Diseñó el MCI MAIL entre 1982 y 1986 que fue el primer servicio de correo electrónico en Internet. Actualmente trabaja en una red interplanetaria denominada “INTERPLANET” para extender el internet hacia el espacio exterior.

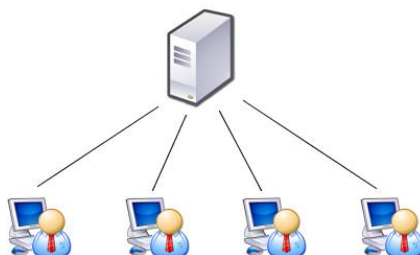
Consultado el 30 de Enero de 2015 en: <http://www.elmundo.es/navegante/personajes/cerf.html>

Robert E. Khan: Profesor de ingeniería estadounidense, nacido el 23 de diciembre de 1938. Considerado co-creador del internet junto a Lawrence Roberts y a Vinton Cerf rediseñando el protocolo TCP a TCP/IP como lo conocemos actualmente. Consultado el 30 de Enero de 2015 en: <http://www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show?key=kahn-robert>

Name System) aunque seguía el uso de la red para fines académicos exclusivamente. Fue entonces en 1989 cuando el Laboratorio Europeo de Física de Partículas (CERN) desarrolló una especificación para facilitar el acceso a la base de datos, denominada Protocolo de Transferencia de Hipertextos (HTTP). Esto permitía acceder fácilmente a otros documentos ubicados en otros ordenadores. Fue la antesala para la creación de la *World Wide Web*, (WWW) como popularmente se conoce a Internet (Universitat Pompeu Fabra, 2013).

Pero, no fue sino hasta 1995 cuando Internet tuvo su *boom* comercial. En 1998 se creó una versión más amigable, es decir, se inventa el Internet 2.0, lo cual genera una revolución “más importante que la invención de la imprenta”, éstas fueron las palabras del Vicepresidente Al Gore, pues representó un gran hecho histórico en los Estados Unidos. De esta manera, los negocios comenzaron su emprendimiento en Internet a partir del 2000, año de inicio donde algunos fracasaron en su intento de establecerse y otros sobreviven en la actualidad. Las redes sociales surgieron de lo general que es Internet a lo particular que son los servidores¹⁶ (véase figura I.6 y I.7¹⁷) que los alojan, debido a que son dos estructuras similares, las dos son redes y conectan a las personas, solo que la gran red (Internet) aloja a las redes sociales y estas alojan a personas y personalizan sus identificaciones en algo que se llama “perfil” que cuenta con el nombre de la persona y su fotografía o una imagen (Universitat Pompeu Fabra, 2013).

Figura I. 6 Descripción gráfica de un servidor



¹⁶Un servidor es un ordenador remoto que provee los datos solicitados por parte de los navegadores de otras computadoras. Los servidores almacenan información en forma de páginas web y a través del protocolo HTTP lo entregan a petición de los clientes (navegadores web) en formato HTML.

¹⁷Imagen obtenida de la página <http://www.lavanguardia.com/internacional/20130607/54375427670/eeuu-servidores-internet-extraer-informacion.html>, consultada el 3 de febrero de 2015.

Figura I. 7 Imagen real de un servidor en E.E. U.U.



La web 1.0 inició en la década de los sesenta junto al internet, con navegadores de texto, era bastante rápido pero muy simple. Posteriormente en la década de los noventa surgió el *Hyper Text Markup Language*¹⁸ (HTML) como lenguaje de hipertexto que permitió a las páginas web ser más agradables a la vista por contener componentes como imágenes, formatos y colores. Los primeros navegadores visuales fueron *Nestcape e Internet Explorer* (Quispe, 2011:1).

Esta web fue solo de lectura, no permitía al usuario interactuar con el contenido de la página (sin comentar, sin responder, etc.) De esta manera, la información estaba limitada a la edición exclusiva del *webmaster* (Quispe, 2011:1).

Por otra parte, la web 2.0, siendo la sucesora del anterior modelo se constituye de un sistema de aplicaciones en Internet en el que se integran entre sí funciones que facilitan la publicación de contenidos por los usuarios. Al mismo tiempo posee las siguientes características:

1. **Tecnología:** Internet ahora se mueve con la web 2.0 del “*push*” al “*pull*”; incluye consigo misma a la web 1.0 al estar enlazada con los portales antiguos y jerarquizados por un puñado de creadores, a los motores de búsqueda, los agregadores y el contenido para permitir generar contenidos por los usuarios ahora en la era 2.0.

¹⁸HTML, que significa Lenguaje de Marcado para Hipertextos (*Hyper Text Markup Language*) es el elemento de construcción más básico de una página web y se usa para crear y representar visualmente una página web. Determina el contenido de la página web, pero no su funcionalidad.

2. **Conocimiento:** Con la llegada de la web 2.0 se rompe el paradigma de la protección absoluta a la propiedad intelectual, el *copyright*, que demuestra el paradigma del código abierto y presenta ventajas competitivas al generar un aumento de creatividad y productividad. Este paradigma de conocimiento abierto nace del software libre y de la práctica de las comunidades científicas, caracterizándose por cuatro propiedades: independencia (“*free speech*”), coste de distribución muy bajo o cero (“*free beer*”), modularidad que en redes permite el desarrollo de todo el potencial creativo de la remezcla y por último capacidad generativa.
3. **Usuarios:** La transición se dio de ser consumidores a usuarios activos que participan como creadores que son quienes caracterizan a la web 2.0. Se le conoce a este proceso como la “revancha de los amateur” al modificar la cadena de los papeles tradicionales entre los agentes de valor, creación y consumo de conocimiento (Freire, 2008: 2).

En otras palabras, sin la web 2.0 sería imposible hablar sobre redes sociales lo que nos da el dato importante para dimensionar el momento en que estas redes pudieron obtener la primera pieza para poder ser conocidas. Una vez expuesto el inicio, la infraestructura virtual y física ya es posible hablar de los inicios de las redes sociales. Estas son una estructura social formada por personas o entidades conectadas entre sí y unidas por algún tipo de relación a interés común. Este término se atribuyó a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y John Barnes. Desde finales del siglo XX y en pleno XXI las redes sociales son parte de nuestra vida, con ella se estructuran las relaciones personales (Ponce, 2012).

Por otra parte, la web 3.0 y de la 4.0, no presentan una buena difusión de sus características como la web 2.0, sin embargo, representan una evolución considerable. La web 3.0 involucra aplicaciones web conectándose a otras aplicaciones web, las personas continúan siendo el centro de información y la web es semántica al tratar de enriquecer la comunicación mediante metadatos semánticos (ontologías) que aportan el valor añadido a la información, la diferencian y la hacen más inteligente. La web 4.0 es un término reciente que trata de movernos a una red donde las personas se conectan a otras personas y aplicaciones web de

forma ubicua, se añade la inteligencia artificial, la voz como vehículo para intercomunicación para formar una web total (Quispe, 2011:1).

Entonces, los sitios que son redes sociales en el Internet, facilitan a los sujetos crear un perfil (público o privado) además de otorgar herramientas para comunicarse e interactuar mediante internet. Las funcionalidades cotidianas de estos sitios constan de buscar “amigos” o contactos, buscar grupos y suscribirse o crear comunidades de interés, participar en foros temáticos o chatear, compartir mensajes y gestionar el correo electrónico, compartir documentos, fotos, videos u otros ficheros, comentar intereses, acceder a la agenda de eventos o informarlo para difundir, buscar trabajo o proponerse, etc. (Villalba, 2009).

Por lo tanto, la finalidad de estos sitios consta de facilitar la creación de comunidades de intereses y se constituyen de personas que son ciudadanos o profesionales que colaboran en el objeto de su propio interés. El valor que poseen las redes sociales parte de la participación activa y de las contribuciones de los usuarios, porque son los que crean y comparten contenidos y experiencias que al mismo tiempo se consumen y vivencia respectivamente (Villalba, 2009).

En 1997 surge la primera red social llamada Six Dregrees –sixdegrees.com- desarrollada por la empresa Macroview. Ya ofrecía la generación de perfiles de usuarios y listas de amigos. Para 2003 se dieron a conocer Hi5, My space, Friendster o Tribe brindando nuevas aplicaciones para facilitar la interacción entre las personas registradas formando así una red social (Sabería, 2014).

Por otra parte, Google lanzó su propia red social en enero de 2004 llamada *Orkut*, basado en el experimento de uno de sus empleados. En ese mismo año nace Facebook que permitiría establecer lazos con viejos amigos y compañeros de trabajo añadiendo la posibilidad de ofrecer una infinidad de juegos para entretener al usuario. En 2005 inicia Yahoo 360° y otros (véase figura 1.8¹⁹). Para 2006, surge otra red social conocida como Twitter, donde se expresan en pocas palabras las ideas, se intercambian experiencias profesionales o se retransmite en tiempo real (Sabería, 2014).

¹⁹Imagen obtenida de la página <http://www.noticiasfides.com/politica/cuentas-oficiales-en-redes-sociales-sun-utilizadas-para-campana-electoral-pese-a-prohibicion-360806/> el 28 de Diciembre de 2015.

Figura I. 8 Las diferentes redes sociales



1.2 Facebook y Twitter

1.2.1 Facebook (Fundada el 4 de febrero de 2004)

Facebook es una red social en internet que alberga a más de 500 millones de personas en todos los países del mundo y que abarca hasta el momento setenta lenguajes. Este sitio es utilizado por una gran cantidad de adultos, en su mayoría padres de familia. También es utilizado por empresas, organizaciones y hasta gobiernos en todo el mundo para labores de mercadotecnia, donativos y comunicación con clientes y asociados (Candelas, 2013).

La creación de Facebook inicia con la idea de dos gemelos estudiantes de Harvard, para crear un sistema que conectará a los estudiantes. El nombre del proyecto inicial sería "*Harvard connection*". Esta fue la idea de los gemelos, pero no contaban con los conocimientos necesarios para llevarla a cabo, por esta circunstancia convencieron a Mark Zuckerberg para formar parte del proyecto. Con sus grandes conocimientos de programación, desarrolla la plataforma nombrada "*Facemash*", en la que presentaba fotos de las universitarias para compararlas y que el usuario decidiera "cuál era la más caliente". Semanas después, se registra el dominio oficial "*thefacebook.com*" y es lanzado el 4 de febrero de 2004. En 24 horas registró más de 1200 estudiantes de Harvard, su popularidad creció rápidamente y se extendió a otras importantes universidades de Estados Unidos. Al final de todo esto, el mundo entero conocía la red y es por esto que cuenta con usuarios de todo

el mundo (Díaz, 2013:1). Actualmente en México según cifras de la Asociación Mexicana de Internet, *Facebook* cuenta con más de 39% de mexicanos registrados, que lo coloca como la quinta nación con más personas inscritas en esta red social; *Youtube* con el 20% y *Twitter* con el 20% (CNN México, 2011).

1.2.2 Twitter

La palabra *Twitter* proviene del vocablo inglés que significa gorjeo o trino. En palabras exactas de su creador: “Gorjeo como el de los pájaros, que cantan y todo el resto de la tribu les escucha y contesta”, explica Biz Stone, cofundador de la plataforma junto a Jack Dorsey y Evan Williams (Sanz, 2011).

Esta red social, permite al usuario publicar mensajes de 140 caracteres máximo o *Short Message Service* (SMS), por su traducción servicio de mensajes corto, denominado como *microblogging* o *nanoblogging*. También es posible compartir imágenes ya sean fotografías o ediciones de estas (Sanz, 2011).

Twitter nació en el año 2006, como creación de unos jóvenes que trabajaban para la compañía de *Podcast Odeo Inc.*, en San Francisco, Estados Unidos. (Computación Aplicada al Desarrollo, 2013) La idea era recibir actualizaciones vía mensajería instantánea, SMS y correo electrónico. La función de publicar imágenes estuvo disponible a partir del 10 de agosto de 2011 a la fecha, permitiendo compartir imágenes de hasta tres megas. La diferencia de *Twitter* comparado con *Facebook* y otras plataformas son las listas de “seguidores” (“*followers*”) y “seguidos” (“*followed*”), dando dos listas que son la columna vertebral de esta plataforma y el motor que le da vida a su movimiento, además si como usuario sigues a una persona y ella a ti se convierten en “*cofollowers*”. Además, la otra persona puede decidir si seguirte o no, lo que la hace asimétrica comparada a *Facebook* donde convertirse amigos es una relación totalmente simétrica (Rubín, 2015). En un estudio internacional, para septiembre de 2012, México contaba ya con 11.7 millones de usuarios, según la página *e-marketer*, en un artículo (*E-Marketer*, 2012).

1.3 Impacto cibernético-cultural-político de las redes sociales

En este apartado es necesario ahondar en términos que están íntimamente ligados a la cultura digital por parte del ser humano ya sea al momento de utilizar estos

dispositivos en la red como son las computadoras, celulares y tablets para acceder a las redes sociales y tener la base para tener una idea general sobre el comportamiento de los individuos en este medio como son las redes sociales. Por esta razón es importante nombrar categorías que encierran un significado en el mundo virtual y le dan más sentido a la investigación.

En 1997, Pierre Lévy realizó un informe detallado de cibercultura, a petición del Consejo de Europa sobre el tema de las implicaciones culturales de las tecnologías digitales de comunicación e información. En dicho reporte surgen dos categorías vinculadas entre sí: Ciberespacio y cibercultura.

El “Ciberespacio” (término acuñado por William Gibson en 1984), es “la red” y se comprende como un nuevo medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de ordenadores, dicho de otra manera, se refiere al amplio y oceánico universo de información que contiene, debido a que los seres humanos navegan por él y lo alimentan (Universitat Pompeu Fabra, 2014). Pierre Lévy define ciberespacio “como el espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial de los ordenadores y de las memorias informáticas” (Lévy, 2007: 70).

Por otro lado, comenta sobre el neologismo “cibercultura”, al que este autor define como “conjunto de técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio” (Lévy, 2007: 71). El autor percibe la cultura ligada a la digitalización por las técnicas con sus artefactos, conexiones y dispositivos electrónicos que contribuyen a generar el crecimiento del ciberespacio. Después de introducir los términos ciberespacio y cibercultura, comenta sobre otra categoría interesante para las redes sociales: “la inteligencia colectiva”. Lévy alude a este término como el veneno y remedio de la cibercultura y enlista una serie de hechos que se dan en el ciberespacio el cual no determina la inteligencia colectiva, pero si propicia su entorno conforme a las siguientes características:

- El aislamiento (por estrés de la comunicación) y sobrecarga cognitiva (del trabajo en la pantalla).
- La dependencia (adicción a la navegación o al juego en mundos virtuales).
- La dominación (control y dominio de potencias económicas sobre funciones importantes de la red)

- La explotación (teletrabajo vigilado en ciertos casos y deslocalización de actividades de tercer mundo).
- De tontería colectiva (rumores, conformismo de red o de comunidades virtuales, amontonamientos de datos vacíos de información, <<televisión interactiva>>).

De esta manera se presentan más y más hechos gracias al entorno que ofrece el ciberespacio por lo que el ritmo es acelerado en cada cambio tecno-social, por lo que una persona que no quiere quedarse atrás debe participar activamente en la cibercultura ya que aquellos que no lo hacen suelen ser excluidos de manera radical al no entrar en el ciclo positivo del cambio, de su comprensión y apropiación (Lévy, 2007: 12).

Hasta este momento se han dimensionado las categorías que se aplican al ciberespacio que contienen las redes sociales como *Facebook* y *Twitter*. Además, existen otros factores que contribuyen al impacto que generan las redes sociales a nivel mundial y nacional (México) por lo que en el ciberespacio se presentan otros factores básicos que Pierre Lévy identifica y contribuye a comprender que es lo que encierra la cibercultura y al mismo tiempo el impacto indudable de las redes sociales.

El autor toca un término importante en el uso de la información al que ya se ha denominado como “interactividad” y al que expone como no comprendido por el mundo y lo aclara de la siguiente manera: “El término <<interactividad>>designa generalmente la participación activa del beneficiario de una transacción de información” (Lévy, 2007: 65). Lo anterior es importante debido a que se demuestra que un receptor de información, a excepción de estar muerto, nunca es pasivo ni siquiera estando sentado sin mando delante del televisor. Entonces el destinatario decodifica, interpreta, participa, moviliza su sistema nervioso de muchas maneras, activa sus emociones y siempre diferente de su vecino.

Lévy (2007) conecta otro hecho importante, la universalización refiriéndose a que, a través de los ordenadores y de las redes sociales, es posible, para la gente de diversas ubicaciones geográficas, ponerse en contacto, saludarse etc. Es en este momento en el que los seres humanos experimentan la inmersión como un nuevo universal, es decir, que todos nos encontramos en el mismo baño, en el mismo

diluvio de comunicación, ya no estamos sometidos a un cierre semántico o de totalización (Lévy, 2007: 93). De tal forma que, unen a las personas independientemente del lugar donde se encuentren, y se comunican, y a la vez las separan de los que están frente a ellas con las cuales rompen la comunicación cara a cara.

Es importante señalar que, en el caso de *Facebook*, se crean comunidades para publicar todo tipo de contenido, entre ellos cualquier tipo de caricatura, videos, fotos, pensamientos, etc. Y el contenido está abierto para compartirse en el muro de cualquier perfil o usuario y contrasta con el sistema que tiene *Twitter*, en el que por medio del *hashtag* o #²⁰ se pueden encontrar las publicaciones referentes a un tema, volviéndolo en varios casos *Trendingtopic* o tema del momento, el cual se viraliza al compartirlo y en el caso de esta red social se retwitea o se re-publica.

Lévy retoma más adelante el término de inteligencia colectiva, donde menciona que un grupo humano puede construir una comunidad virtual para ponerse en contacto con el ideal del colectivo de la gente, más imaginativo, más rápido, más capaz de aprender e inventar que un colectivo inteligentemente dirigido (Lévy, 2007: 103).

Una vez explicado el origen de las computadoras y de la formación de las redes sociales hemos de reflexionar acerca de este proceso que resulta importante en el momento político que vive México y que se suma a este impacto creado en el ciberespacio y en específico de las redes sociales, ya que en 2014 continua su mandato el Presidente de México, Enrique Peña Nieto y en esta etapa se encuentra la disputa por aprobar las distintas reformas como: la energética, la de telecomunicaciones, hacendaria/fiscal y educativa.

Estos son temas de interés social que repercuten en el ánimo de la población y en el ciberespacio se posibilita la publicación de contenido, contribuye al desahogo emocional (por frustraciones a falta de justicia) del pueblo mexicano al publicar, de manera irónica, todo tipo de contenido político especialmente dirigido a la figura presidencial, que es el epicentro de interés de esta investigación. La idiosincrasia

²⁰El *hashtag* es una etiqueta que engloba palabras sin espacios precedidas de el símbolo # al aplicarlo correctamente en la red social *Twitter*, este se torna de color azul, alistándose la publicación del usuario al buscador general de la res social.

de algunos mexicanos se vierte en estas redes sociales haciendo gala de su ingenio, expresión, humor, así como se hacía anteriormente sólo por la sátira periodística de la prensa escrita solo que ahora en el ciberespacio, la construcción de los memes políticos se hace de otra forma, esto es, se retoma la fotografía del personaje y se añaden textos de otros, con lo cual se configuran intertextualidades.

Otro factor muy importante en el impacto de las redes sociales a nivel nacional en México, que debe tomarse en consideración es el económico ya que se revela en una nota periodística de 2013 en la que AMIPCI indica que 9 de cada 10 mexicanos que navegan en internet usan redes sociales, por lo que están expuestos a todo tipo de contenido en dichas redes. Las redes sociales en México más utilizadas son Facebook seguida por Twitter y Youtube como portal de videos según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) (González, 2013).

Renato Juárez, vicepresidente de Investigación de la AMIPCI informó que: “Un 5% de internautas tienen un año o menos utilizando las redes sociales, a diferencia de un 34% que ya tiene más de cinco años”. En este mismo estudio se menciona que las mujeres son las que más utilizan Facebook en México, aunque la diferencia no es tan marcada ya que el 55% son mujeres y el 45% son hombres. Este mismo estudio arroja otros datos, como el impacto de las redes sociales en los mexicanos es tal que el 60% de las empresas en México utilizan el internet como medio de publicidad. “Quiere decir que seis de cada 10 empresas por lo menos envían un correo electrónico, por lo menos están gestionando perfiles dentro de sus redes sociales, están haciendo algo dentro del marco digital” (González, 2013).

En el caso de los *smartphones* o teléfonos inteligentes, este estudio reveló que 40% de los mexicanos poseen uno, por lo que las empresas invierten en publicidad para dispositivos móviles. El aporte de este estudio indica que los mexicanos están acelerando el crecimiento en el uso de las redes sociales lo que significa que la actividad ciber-sociocultural, económica y política tiene un fuerte impacto. La complejidad con la que esto se está dando desde hace tiempo es indudable y está presente y seguirá creciendo con el paso del tiempo. (González, 2013).

1.4 Los memes: su origen

En este apartado se explica la categoría “meme”. En primer lugar, definimos el término de acuerdo con Delia Rodríguez, quien es periodista especializada en internet, redactora del *Huffington Post* y Licenciada por la Universidad Complutense de Madrid. En su libro titulado “Memocracia: Los virales que nos gobiernan” define los memes como “ideas que saltan de mente en mente Independientes de nosotros, las ideas contagiosas pueden venir de cualquier época y lugar, evolucionan sin nuestro permiso” (Rodríguez, 2013: 23).

Para tratar de aterrizar un poco más el concepto, la autora del libro fue entrevistada por periodismo 2.0 donde le preguntan ¿Qué forma pueden tomar los memes en la red? Al respecto responde:

Un meme puede ser una idea plasmada en un trozo de pensamiento, en un texto, en una imagen, en un vídeo, en un *gif* animado...en todo lo que te puedas imaginar. Hay un montón de clasificaciones, puede ser memética cualquier cosa. También se distinguen por la velocidad de propagación, hay unos que son explosivos y otros que van poco a poco. Los tienes puros, que son una tendencia que nace de forma espontánea, y los hay en los que intervienen en ellos elementos ajenos que los hacen populares. Los hay inocentes y los que son manipulados para ser virales. Los tienes positivos, beneficiosos desde un punto de vista humano, y también los tienes negativos, memes de los que nos contagiamos y que pueden incluso acabar con nosotros (Narejos, 2014).

Además, la autora explica de donde salió el término meme y bajo qué supuestos:

La palabra «meme» la inventó el zoólogo Richard Dawkins —hoy superestrella de la ciencia y el ateísmo— en su libro de 1976 *El gen egoísta*. Se encontró con ella tirando del hilo de su tesis principal: para seguir comprendiendo la evolución tenemos que pensar en los genes como replicadores, unidades que solo están interesados en perpetuarse a sí mismas. Por eso deberíamos entender que los genes no están a nuestro servicio, sino que más bien los humanos somos máquinas de supervivencia que respondemos a nuestro egoísta, inconsciente, ciego material genético (Rodríguez, 2013:23).

La autora reflexiona y comenta que al final del libro Dawkins se preguntó si existía algo que pudiera compararse con los genes y respondió que sí:

La rica diversa y tantas veces inútil cultura humana no podía explicarse solo como el resultado de la evolución genética. Ahí debía esconderse un mecanismo evolutivo distinto y mucho más rápido, con una unidad de transmisión comparable con el gen,

pero referida a la cultura. Se le ocurrió <<mimeme>>, que quedó abreviada como <<meme>>²¹ (Rodríguez, 2013:23).

Un Meme actúa como un replicador al propagarse de un cerebro a otro mediante un “proceso de imitación”, y se utiliza para describir alguna situación, idea, expresión a través de cualquier tipo de medio virtual ya sean imágenes, textos, cómic (el meme es como un nuevo tipo de comic al ser una parte fotografía de la realidad y se vuelve cómica, cuando se le agrega el texto, ironizando al personaje fotografiado, por lo tanto se resignifica la fotografía), video que se populariza a gran escala a través de Internet, específicamente en las redes sociales por su estructura. Por lo tanto, según Dawkins (1976) los memes son la base mental de la cultura de la misma manera en que los genes son la base de nuestra vida. Dicho de otra manera, toda capacidad cultural, ideas y habilidades se “heredan” a través de los genes. Probablemente esta sea la razón por la que la evolución humana desarrolló una aceleración hacia el aprendizaje y la supervivencia, claves para el desarrollo humano.

Para Dawkins (1976), los humanos contamos con dos tipos de procesadores de información diferentes: En primera instancia el genoma o genética, el ADN que posee los cromosomas de cada persona y que define su genotipo, transmitida mediante la replicación vía sexual durante generaciones. En segunda, el ser humano posee un cerebro y sistema nervioso con la potencia suficiente para procesar la información cultural recibida por enseñanza, imitación (mímesis) o asimilación, ideas, conceptos, costumbres, habilidades etc. Por lo que es necesario contar con el contexto histórico socio-cultural para que el individuo produzca y reciba la información implícita en el ‘meme’. Aunado a lo anterior, Dawkins menciona que los rasgos culturales o memes también se replican tal y como lo hacen los cromosomas en la genética, debido a que se agrupan en dimensiones culturales y se enriquecen con nuevas adquisiciones culturales al mismo tiempo y la diferencia entre estos dos procesos es que los cromosomas son unidades naturales no dependientes de nuestras acciones y las dimensiones culturales las construimos y hacemos que evolucionen. Ahora bien, es importante señalar aquellas características básicas que poseen los memes para identificar su estructura.

²¹En inglés <<meme>> es un monosílabo que rima con <<gen>>.

Por su parte, María Alexandra Pámanes (2013) periodista de Reporte Indigo comparte los indicios sobre lo que son los memes, al respecto señala que existen algunos con frases famosas como “Ola ke ase”, “Bryan sin suerte”, “*Keepcalm and...*” convirtiéndose así en un fenómeno digital que ha traspasado las fronteras de la red para utilizarse como vocabulario por los usuarios de internet. Los memes no son necesariamente un contenido que proviene de la web. Cuando los memes no están establecidos por las frases famosas, entonces un suceso cobra importancia para la persona, ya sea por idea de un personaje para propagarse de forma viral y es en este momento donde se activa el área cerebral de la unión temporoparietal (TPJ, por sus siglas en inglés), cuando el individuo ha identificado un contenido atractivo para las grandes masas, es decir, “viral”, según los expertos de la Universidad de California en *Pysch Central*. La viralidad cobra importancia por ser compartida a la mayor cantidad posible de sitios y cuentas de usuarios, una característica vital de los memes.

Delia Rodríguez afirma que el internet es “el paraíso de los ‘memes’”. “Antes las ideas se extendían de forma muy lenta entre grupos y culturas homogéneos. Hoy un viral se propaga en instantes por todo el mundo y cualquiera puede sembrarlo”. También señala lo “maravilloso” que es, ya que el contenido será dar a conocer y compartir de un lugar del planeta a otro a través de las redes sociales que no tienen fronteras, ni físicas ni simbólicas. Sin embargo, añade que la consecuencia “es que estamos demasiado saturados por información irrelevante, hiper-emocional, manipulada o peligrosa como para verlo” (Rodríguez, en Pámanes, 2013).

1.4.1 Características básicas del meme

Con el actual desarrollo de las redes, la propagación de los ‘memes’ digitales se ha facilitado al irradiarse de manera viral con la ayuda de los “espacios de afinidad” propiciado por las redes sociales de la Web explotando las características básicas de los memes:

- a) Fidelidad, por la sencillez de la identidad y copiado entre matriz y copia.

b) Susceptibilidad, que, enlazada a la anterior, definiendo el grado de fiabilidad que tiene un meme frente a otros sujetos son grupos al aceptar, interiorizar y propagar ese meme de manera privilegiada.

c) Fecundidad que se caracteriza por la veloz propagación de un 'meme' al ser transmitido de manera casi inmediata mediante los sistemas actuales de Red planetaria, por lo que es importante la forma de producir, intercambiar, consumir contenidos y servicios digitales abiertos. Las redes sociales consideradas como "espacios de proximidad", proporcionan fecundidad a los 'memes' pues cuando hay confianza entre los usuarios que pertenecen a círculos próximos, tiene mayores posibilidades para ser tomadas en cuenta.

d) La longevidad. Los memes tienen una larga vida por la irradiación que le dan los usuarios al darles like y/o compartidas (García, 2011; Gertrudix, 2011). Los memes se cultivan en el Internet y velozmente se propagan por las redes sociales, por ello se han realizado interesantes aportaciones en este campo de lo virtual o digital tratando de aterrizar el entendimiento hacia el 'memes' y su lugar de producción, propagación entre las mentes de miles de personas, sintetizando el proceso que se efectúa a continuación. Según en la "memecracia" (Rodríguez, 2013), los elementos para que 'memes' triunfe son: el factor sorpresa, propulsar emociones intensas e irracionales al interactuar con los usuarios, que atraiga a todo el público, tener introducción, nudo y desenlace, aunque se trate tan sólo de una imagen con una frase manteniendo la atención del receptor mostrando personajes y situaciones arquetípicos²².

Rodríguez menciona otra característica esencial de los 'memes': "Los memes son tan egoístas como los genes. No tienen porqué ser necesariamente buenos, ni bellos, ni útiles, ni verdad. Lo único que hacen es extenderse y sobrevivir" (Rodríguez, 2013: 25). En el caso particular de este trabajo, los memes que se analizan, pretenden ironizar a personajes de la política mexicana y revelar lo que los personajes políticos ocultan, ya que la caricatura, aunque no es su función,

²²Los arquetipos son un concepto acuñado por Carl Jung donde es una imagen arcaica, que tiene su origen en el inconsciente colectivo, se diferencia de los complejos y de los instintos. Cada arquetipo posee una parte consciente e inconsciente personal y una parte del inconsciente colectivo.

muestra la verdad que esconden los políticos (Sánchez Guevara, 2011-2012) o los periódicos pagados por el gobierno.

1.4.2 El dominio de los memes.

Pámanes (2013) comenta que una de las razones principales por las que los ‘memes’ dominan la interacción y la toma de decisiones hacia el contenido que se publica en internet es el despertar todo tipo de emociones (y de conciencias), convirtiéndose en el impulso perfecto para que la información de manera instantánea equiparable a la velocidad de la luz. Por otro lado, señala que: “cuando estamos viendo un vídeo viral en el cerebro se enciende la parte de pensar en los demás. Algo impactante y que no será decir ‘esto tiene que ver la fulana ya’ tiene muchas posibilidades de triunfar. Pero hay una parte, emocional y social, que es imprescindible” (Pámanes, 2013).

En el campo de las redes sociales, son las emociones que afloran y encienden como pólvora. Los memes ayudan e incrementan el efecto en la interacción comentados en el sitio de *microblogging* donde según en Twitter, se ha demostrado que la vida y algunos otros sentimientos negativos son más virales que los positivos. Si es como dice Delia Rodríguez, por qué entonces ¿Las emociones negativas, se activan más que las positivas? Por lo tanto, cabe hacerse otra pregunta: ¿Por qué los mexicanos somos tan negativos y nos burlamos tanto de nuestra propia desgracia? Sabiendo que eso no es igual a ser felices. En consecuencia, los ‘memes’ pueden hacer de la burla, pérdida de control, cólera, odio o rechazo en cuestión de segundos, y compartirse por toda la web. Incluso la importancia de los ‘memes’ ha sido tal para las principales fuentes de información que el periodismo en línea se ejerce en base a los ‘memes’ y el contenido que triunfará viralmente en *Shares* y *Likes*²³. Los *Shares* o “compartidos” equivalen a la re-publicación de una misma información en redes sociales tomado de la fuente hacia el muro del usuario quien a su vez permite que sus contactos puedan visualizar la información. Los *likes* equivalen al gusto de las personas por esa

²³Shares: proviene del vocablo inglés que significa compartir. Es una función que permite compartir con otros usuarios de una red social las publicaciones incluyendo texto e imágenes o incluso videos. Likes: Del vocablo inglés que significa “Me gusta” el cual da un índice de aprobación por parte de la comunidad de la red social.

información, traducido al español “me gusta” y se cuentan por cada *click* recibido. “Lo mismo pasa con política, deportes, sociedad. Como en Internet el tráfico es igual a dinero, los medios están entregados a los ‘memes’ pero no saben cómo manejarlo”, añade la también autora (Delia Rodríguez) del blog “*Trendingtopics*”²⁴(tema del momento) de El País (Pámanes, 2013).

Lo que empezó con blogs²⁵, ahora es ‘meme’ y son “el gran éxito del periodismo en Internet de los últimos años” (Rodríguez, 2013). La autora argumenta que vivimos inmersos en la “memocracia”, en un mundo donde el internet ha multiplicado la información ante el fracaso de los medios de comunicación que son aquellos enviados por un emisor y se reciben de forma idéntica por varios grupos de receptores, logrando una gran audiencia; el mundo los reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros. Su principal finalidad es el informar, formar y entretener; sin embargo, la diferencia de estos con las redes sociales, radica en la interacción que existe entre el público con el emisor y entre el mismo público quien al mismo tiempo se vuelve emisor, algo que no sucede en los medios convencionales ya que sólo ellos emiten, lo que está permitido por ley, en las redes la libertad de expresión es total (Domínguez, 2012:12). Información publicada cada vez más rápido, pero con menor calidad. El ‘meme’ no tiene por qué ser el más contagioso (que se propague de una persona a otra, entendido así en internet), ni siquiera el más creativo o inteligente ni con buena ortografía, sino despertar las emociones más fuertes. Por ello, ante la gran cantidad de información, “el cerebro usa su parte más emocional”, dice Rodríguez. También menciona que la fórmula del famoso “*grumpy cat*” (meme de un gato) provoca la liberación de oxitocina al ser un meme viral que miró de la red a la realidad ya que este gato se convirtió en estrella de cine y televisión. Dicha liberación de oxitocina se puede dar en diversos memes al despertar los sentimientos más básicos instintivos al contener imágenes, frases o ideas sobre sexo, comida y elementos prohibidos, peligrosos y morbosos (Pámanes, 2013).

²⁴*Trendingtopics*: Con ayuda del hashtag, se engloban las publicaciones del momento más comentadas a nivel nacional e incluso mundial, marca la tendencia del momento.

²⁵Blog *m*. Espacio gratuito en Internet de intercambio y comunicación, generalmente de carácter personal, en el que se hacen comentarios y anotaciones de forma cronológica sobre temas heterogéneos. Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.

Delia Rodríguez, afirma que los ‘memes’ o su concepto, han existido desde siempre y son frases que todo el mundo usa, puede ser una idea, un refrán, una frase, etc. Sin embargo, “los memes tardaron mucho en contagiarse. Ahora, una idea contagiosa a una canción pegadiza puede pasar de Madrid a cualquier otra parte del mundo en horas”. La necesidad de atención de no sentirse excluido, siempre ha sido la característica de los seres humanos mucho antes de que internet cobrara el poder que tiene actualmente. Ahora la red cambia los límites y manipula la viralidad y acceso a la información ya sea por intereses políticos, económicos, sociales y comerciales. Actualmente, un movimiento estudiantil sin importar el país, puede ser convertido en material viral a través del ‘meme’ al compartir y sacar a la luz información confidencial filtrada, o puede hacer burla de personajes y sus corrientes de poder, tal es el caso de los candidatos de partidos políticos como ejemplo (Pámanes, 2013).

Rodríguez describe los ‘memes’ como “virus mentales” por ser nocivos, ofensivos y fomentar problemas como el *Bullying (ciberbullying)* o diversos tipos de discriminación. Por esta razón, Rodríguez recomienda tomarse unos segundos para reflexionar dentro de la marea digital y preguntarse quién ha hecho esto, porque y finalmente preguntarse si el objetivo es manipulación. Por otro parte, el lado positivo de los memes podrá ser por una buena causa, un mensaje de ayuda, alerta y apoyo compartidos en cuestión de segundos, ayudando aquellos que no tienen el poder o acceso para poder salir a la luz (Pámanes, 2013).

1.4.3 La historia de los memes vista desde los cibernautas en Internet.

Este apartado intenta explicar la popularización del meme desde sus inicios contado a través de la vivencia del usuario popular (usuario colectivo), por lo que no se encontrarán citas especializadas de científicos. Sin embargo, esta es una parte histórica y sumamente importante que no se puede dar el lujo de ignorar. A continuación, la historia del meme:

Según lo descrito y sin autor oficial, el origen de estos dibujos (memes) no está del lado de un solo autor, sino que es producto de una comunidad llamada **4chan** (www.4chan.com) se trata de un foro de habla inglesa muy activo (aun en 2016) creado en 1999 bajo el nombre de *Something Awful* (no confundir con 4chan,

es su predecesor); donde se crearon memes clásicos como Chuck Norris, *All Your Base Are Belong To Us* (Toda tu base nos pertenece), el infame *Goatse*, etc.

Something Awful (por su traducción del inglés al español: “algo horrible”) fue de los primeros foros en realizar un ataque DdoS (Saturar un servidor para evitar su uso), en represalia a la compañía *Spam Prevention Early Warning System* por haberlos incluido en su lista de *spammers*²⁶; tuvo otro problema con *PayPa*²⁷, acusándolos de fraude al juntar dinero para ayudar a las víctimas del Huracán Katrina, etc.

Esta comunidad (*Something Awful*) existe aún en la actualidad (2016), sin embargo, para muchos ya no es lo mismo que cuando comenzó, otros dicen que es más selecto, de mejor contenido; otros opinan que es un foro más, pero un hecho real es que cobran el acceso al sitio por formar parte de SA (Sociedad Anónima), cobrando así 10 dólares; por esta razón nació 4chan.

Christopher Poole (alias Moot) creó 4chan el 1 de octubre del año 2003, no era un foro como actualmente se conoce, sino como *imageboard*²⁸(tablón de imágenes), tenía las categorías de anime, tecnología, otros, etc. 4chan es un sitio diferente a todos los conocidos, ya que se puede postear sin estar registrado, todos son anónimos. Al estar adentro no es una situación sencilla, porque se encuentra de todo como: chistes, bromas, porno, zoofilia, pedofilia, suicidios, juegos, troleo.

Pero lo importante es hablar de memes y es en este sitio donde despegaron los dibujos hechos a *Paint*²⁹ con caras dibujadas, de tiras a 4 viñetas en ocasiones, a veces más, a veces menos, relatan alguna situación cómica o identificable con la vida cotidiana, que finaliza con uno de los personajes adoptando una de las distintas caras.

Cada cara tiene un rol adjunto, y al ser identificada, pasa a ser una “broma privada” recurrente, que parece funcionar bastante bien. Páginas que mostraron un crecimiento como Cuantocabrón, DPC o similares, fomentaron la traducción y el

²⁶Spammer: Es un término que se le otorga al usuario de internet que publica mensajes repetidos y/o sin sentido sin aportar nada de orden cognitivo.

²⁷Paypal: sitio de internet intermediario para ejecutar transacciones con dinero real entre el usuario y el vendedor para diversas páginas de internet.

²⁸Es un tipo de página donde la publicación con imágenes cobra mayor importancia.

²⁹Es el editor gráfico que viene incluido en la instalación de Windows en todas sus versiones.

conocimiento de estos memes en nuestro idioma, con un sabor agrisado en el público, pues les encantan, o los odian (véase la figura I.9³⁰)

Más tarde de entre 2011 y 2013 fue el auge de este tipo de memes en Facebook y Twitter, por lo que eran ampliamente utilizados por los usuarios y donde realmente se hicieron populares, especialmente por las viñetas (véase figura I.10³¹) en las que las situaciones cómicas siempre denotaban la cotidianidad.

Figura I. 9 La base fundamental de los memes



³⁰Imagen obtenida de la página Nocturnar.com en:<http://imagen.nocturnar.com/humor/tipos-de-memes-012.jpg> el 16 de mayo de 2015.

³¹Imagen obtenida de la página: <http://www.facebookimagenes.net/examen-tipo-test/> el 16 de mayo de 2015

Figura I. 10 Ejemplo de viñeta de meme



1.5 Los memes políticos y sus condiciones de aceptación en México.

En este apartado, tomamos en consideración las condiciones de posibilidad de aceptación, propuesta de Jean Pierre Faye (Haidar, 2006: 80). Este autor hace un estudio de las masas, por ello nos parece consecuente trabajarlo en nuestra investigación, ya que analizamos los memes políticos y a los ciberconsumidores de las redes sociales donde se encuentran los ciber sujetos productores de estas ideas en el mundo virtual

La categoría de aceptabilidad se desarrolla bajo las ideas de Jean Pierre Faye mencionando dos textos de su autoría *La crítica del lenguaje y su economía* y *Los lenguajes totalitarios*. Plantea el problema de la aceptabilidad del discurso que guarda relación con la eficacia y el carácter performativo del discurso, como prácticas socio-histórico-cultural-política. La categoría de aceptabilidad es presentada como la propuesta de Jean Pierre Faye (véase figura I.11).

Figura I. 11 Condiciones de aceptabilidad

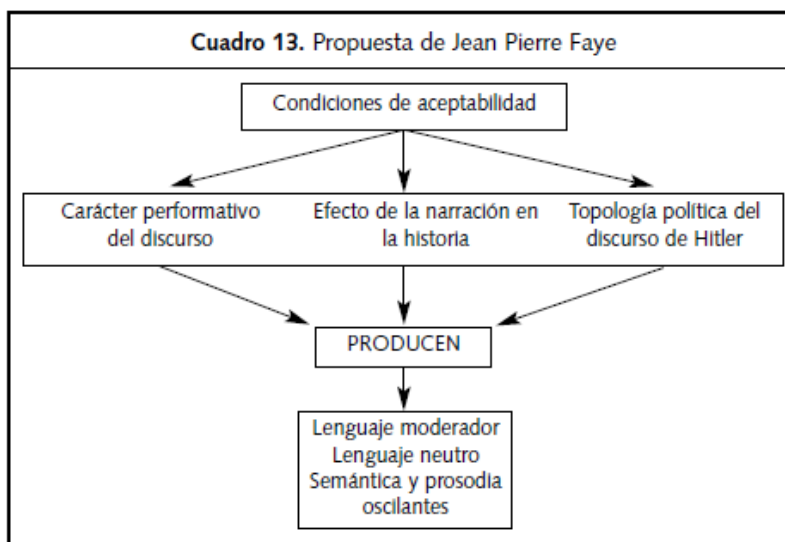


Figura tomada de Haidar, (2006: 223)

Faye intenta analizar dos problemas en específico: 1) Los factores de la aceptabilidad del discurso nazi; y 2) El efecto de las narraciones nazis sobre la historia de Alemania. Por lo que el objetivo de Faye, consta en analizar los lenguajes

o enunciados narrativos en ese tiempo del discurso hitleriano construido por Joseph Goebbels (Haidar, 2006: 223).

Faye Menciona que los “informes ideológicos” constituidos por su topografía y reglas cartográficas en combinación fueron factores que contribuyeron a hacer aceptables el discurso y la práctica del gobierno de Hitler y así lograr someter a las masas alemanas de forma incondicional a su conocido Estado totalitario y al mismo tiempo desmoronar la previa visión de la lucha de clases o previsiones marxistas. Entonces, Faye da mayor protagonismo a la dimensión discursiva de la lucha de clases y afirmando que “la lucha de clases está completamente entretrejida en y por los lenguajes”. Así como en los ‘memes’, solo que la diferencia radica en que los memes no los elabora gente del Estado sino los usuarios, el pueblo (Haidar, 2006: 223).

Al mismo tiempo y de forma articulado al problema de la aceptabilidad del discurso se encuentra el “efecto de la narración de la historia”, haciendo referencia al proceso de producción y de distribución de los lenguajes, de las narraciones ideológicas, siendo no solamente lo que enuncia la acción referida, sino también lo que produce la acción que se está formando, problema del carácter performativo del discurso (Haidar, 2006: 224).

1.5.1 Los sujetos semióticos discursivos.

Julieta Haidar proporciona cuatro posiciones con relación al análisis de los sujetos semiótico-discursivos para poder definirlos bajo esta categoría operativa intertransdisciplinaria:

- a) Enfatizar el polo de la producción polifónica del discurso: sujeto productor, enunciador. Al respecto Sánchez Guevara (2015)³² dice que los sujetos emisores no solo son eso, sino que son a la vez sujetos-emisores-productores y reproductores de los mensajes, que a su vez resultan multimensajes, pues al mensaje de origen se añade otros conformando un

³²En la realización de esta investigación y en las diversas asesorías con la profesora Graciela Sánchez Guevara, estuvimos reflexionando sobre el quehacer de los sujetos emisores y receptores a partir de las discusiones al respecto fueron emergiendo las ideas y con ello se construyó una serie de categorías, como la de los sujetos emisores-receptores-productores-reproductores y sujetos receptores-emisores-productores-reproductores, que constituyen una cadena infinita de mensajes compuestos, que se resignifican cada vez que circulan.

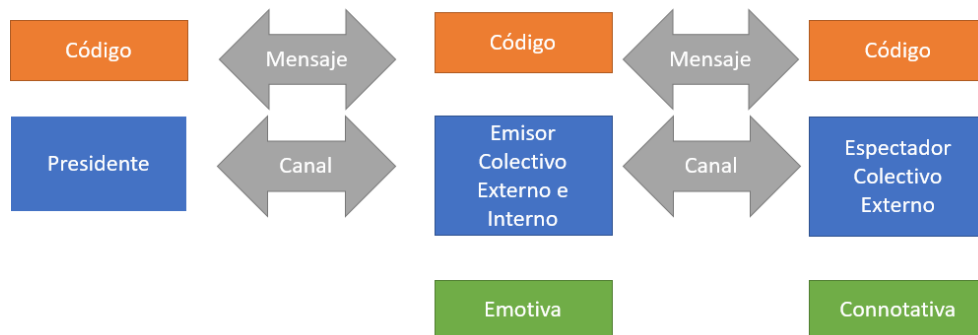
mensaje complejo, por último, los sujetos-receptores, también son a la vez sujetos-emisores-productores-reproductores, y con ello se modela una cadena infinita de nuevos mensajes que se van resignificando dependiendo del contexto y de los sujetos.

- b) Seleccionar el polo de la recepción polifónica del discurso: sujeto receptor, coenunciador.
- c) Relacionar la producción y la recepción discursivas, lo que implica construir modelos operativos que cubran ambos polos.
- d) Tomar el texto/discurso como el productor y generador del sentido, y desde este punto, centrarse en los procesos de recepción (Haidar, 2006: 94).

Cabe mencionar que la subjetividad es un problema que atraviesa casi todos los campos científicos, artísticos y filosóficos. La subjetividad está plasmada en los memes ya que son construidos bajos los ideales y experiencias e idiosincrasia de los productores de estas publicaciones políticas de orden cómico. Para explicar mejor tomando en cuenta los puntos anteriores se resume con un modelo comunicativo del meme (Véase figura I.12)

Figura I. 12 Modelo comunicativo del meme

Modelo de análisis semiótico y discursivo.



Modelo de elaboración propia

En este modelo se puede apreciar que en la parte central se halla al emisor colectivo externo e interno, esta es la persona encargada de crear la edición de las fotografías obtenidas del Presidente (a la izquierda) quien genera un código que pasa por un canal transmitiendo un mensaje ya sea por medios de comunicación masiva como televisión, radio, periódico e incluso portal de internet de información hacia el productor que decodifica la información y la vuelve a codificar cuando, de forma emotiva retransmite en las redes sociales su mensaje hacia el espectador colectivo externo (a la derecha) quien, a su vez, con sus propias herramientas culturales y geográficas, decodifica y entiende a su manera (idiosincrasia, contexto cultural) cada elemento representado en el meme.

Haidar enlista las siguientes características de las prácticas de los sujetos semióticos discursivos:

- a) Son de carácter colectivo/individual.
- b) Son socio-cultural-histórico-políticos/psicológicos.
- c) Establecen relaciones socioculturales y representan lugares socioculturales, y también individuales.
- d) Producen discursos y semiosis desde determinadas formaciones ideológicas que gobiernan siempre las formaciones discursivo-semióticas, en las cuales se originan las matrices del sentido (Haidar, 2006:97).

Con esto, los sujetos que producen los memes dependen del momento histórico, social, político, cultural, psicológico y hasta económico ya que es la situación del país. Dependiendo de las anteriores características ellos producirán sus memes y los publicarán, haciendo un momento irónico, sarcástico, burlesco de cada situación presentada en el sector político.

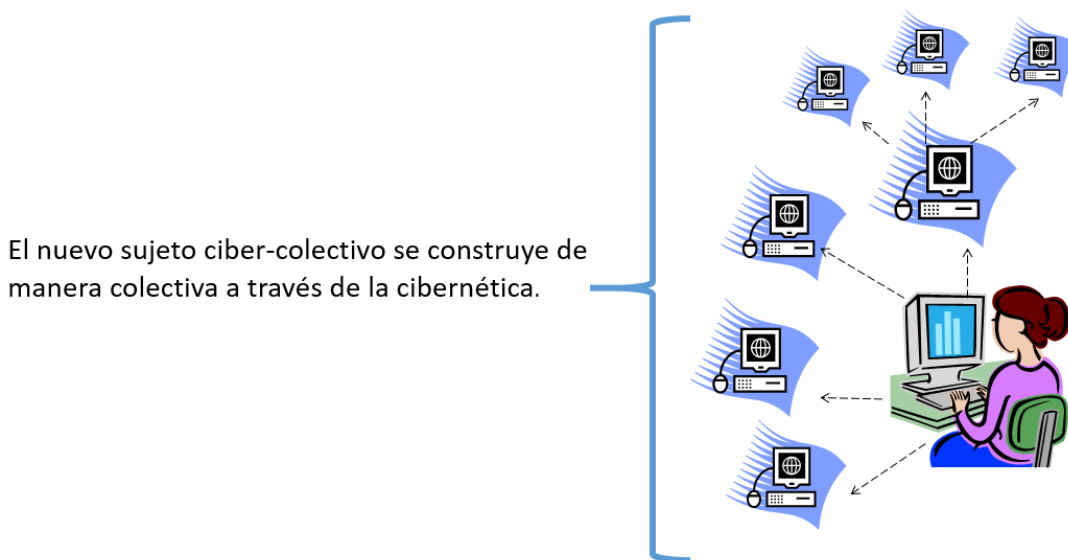
La captura del chapo, el caso de los 43 estudiantes de Ayotzinapa, la fuga del chapo, las reformas estructurales, la capacidad cuestionada de inteligencia del presidente Enrique Peña Nieto, acciones que forman parte importantísima de las condiciones que hacen posible la producción de estos memes específicos que se analizan más adelante en los próximos capítulos y que son aceptados por una mayoría (sin generalizar) en las redes sociales, principalmente en Facebook y Twitter.

1.5.2 Construcción del nuevo sujeto ciber-colectivo³³

Para que la máquina que emite y reflexione en la producción y consumo de los memes políticos (y en general de los memes) es necesario analizar de qué herramientas y cualidades o virtudes gozan los actores en los engranajes que permiten que en esta era cibernética se pueda presentar este fenómeno de la comunicación.

Ya habiendo explicado la estructura de Internet, las conexiones a los servidores que alojan la información, que albergan las redes sociales, es prudente tener en cuenta todo aquello que conforma al ciber sujeto-colectivo en términos de la tecnología y porque es necesario que tenga cierta preparación y conocimientos de software, esto complementa el apartado anterior por lo que, a manera gráfica, a continuación, se presenta como se construye un sujeto ciber-colectivo (véase figura I.13).

Figura I. 13 Construcción del nuevo sujeto ciber-colectivo



Como se puede observar, en esta era, es posible interconectar computadoras entre usuarios, con la ayuda de enormes servidores que alojan la movilidad en la carretera

³³Durante las asesorías con la profesora Graciela Sánchez Guevara, siempre hubo una serie de reflexiones acerca de la definición de quien realiza los memes, y de dichas reflexiones surgió la categoría de “Nuevo sujeto caricaturista cibercolectivo” en analogía con el caricaturista de prensa.

de la información que es Internet, recapitulando: fue necesario que las computadoras avanzaran en su tecnología y su software, que la red evolucionara desde su creación con tintes militares, así como también un cambio marcado de la web 1.0 en el que no existía la interacción, a la web 2.0 donde el cibernauta ya puede expresar opiniones y publicar contenidos.

Pero no sólo eso ha sido necesario, ya que la tecnología ha puesto en manos del usuario promedio (más común) software (programas) necesarios para la manipulación digital gráfica de imágenes como lo es *Adobe @Photoshop* capaz de crear una imagen anteponiendo varias capas de imágenes y perforando entre ellas o cortando siluetas para dar efectos profesionales a las imágenes, no se debe olvidar que los memes utilizan comúnmente una fuente de letra especial llamada "*Impact*"³⁴ en letras blancas y el mismo editor gráfico puede utilizarla lo que le proporciona el toque popularmente conocido y estandarizado que circula por las redes sociales y en internet en general, ya que podemos hallar infinidad de memes al utilizar el buscador de imágenes de Google ®.

Es pertinente mencionar que existe otra herramienta un poco más sencilla al alcance de usuarios promedio comunes, como lo es la página *memegenerator.com* en la que es posible subir una imagen a su servidor y escribir una frase arriba y abajo con la letra fuente más usada.

Sin embargo, en el caso de los memes políticos la situación cambia. En los siguientes capítulos se analiza la forma de trabajar de los sujetos ciber-colectivos y como construyen sus mensajes, para demostrar que no es una producción de 5 minutos que cualquier internauta pueda crear. Como se ha constatado en este apartado, se requieren conocimientos técnicos, pero también es necesario que puedan articular su mensaje para llegar al consumidor final y ellos puedan de alguna manera entender el significado de lo que están viendo, leyendo y analizando.

Crear memes se convierte en una tarea compleja de orden intelectual, e implica en ocasiones un alto grado de creatividad, como serán los ejemplos presentados a lo largo del análisis. Por ende, no se busca descalificar a un usuario que no edite imágenes y simplemente introduzca las palabras o frases con ayuda

³⁴ Esta fuente (tipo de letra), está disponible en cualquier programa que contenga editor de texto, principalmente Office en la que encontramos una infinidad de estilos disponibles.

de una página que contiene un editor textual y lo publique en redes sociales, ya que su elaboración, aunque sea menor en comparación a lo que realizan los sujetos ciber-colectivos, en ocasiones puede transmitir su mensaje con éxito.

Con ayuda de la investigación, se ha detectado que los sujetos ciber-colectivos crean cuentas en las redes sociales y estas son nombradas para darles una identidad que identifique al cibernauta (sin revelar sus nombres reales), he aquí unos ejemplos: Chistes de Peña Nieto, OIEESAMAMADA, Ni un voto al PRI, Reflexionando para votar, El pueblo presente Mx, Memes Políticos, Mexicambios, La resistencia, Chistes de los políticos locos entre otros y nuevos que surjan en los próximos años, esto no ha terminado.

Reflexiones

En este capítulo, a partir de la pregunta de investigación ¿Qué tipo de meme político se plantea en las redes sociales y cuál es su diferencia con la caricatura política impresa en periódicos? Se llegaron a los siguientes resultados:

1. Se comprendió el lenguaje virtual, del cual salió un glosario de términos. El ciberespacio y la cibercultura son dos categorías fundamentales para entender el internet, como espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial de computadoras y memorias informáticas y también como el conjunto de técnicas, de prácticas, de actitudes, de modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio.
2. Los memes se encuentran en dicho ciberespacio y circulan mediante las redes sociales. Los memes son producto de los cibernautas quienes los crean, los publican, comparten y gustan, lo cual constituye una parte importante de la cibercultura. La interactividad está en la participación activa de los cibernautas quienes hacen una transacción de información.
3. Con base en el análisis comparativo entre la caricatura de prensa y los memes resultó una categoría analítica que hemos (mi directora de tesis y yo) denominado “nuevo tipo de cibercaricaturista colectivo”. Es muy importante señalar que Sánchez Guevara, en un profundo análisis relacionado con los sujetos que producen los memes, también son sujetos semiótico-discursivos. Menciona que los sujetos productores y enunciadore, no sólo son emisores,

sino a su vez son sujetos-emisores-productores y reproductores de los mensajes, estos últimos, al mismo tiempo se convierten en multimensajes al ser integrados a otros mensajes, de ello resulta la categoría compleja de “nuevo cibercaricaturista colectivo” en el que también está contenido el mensaje complejo. Tampoco se puede soslayar, continúa Sánchez Guevara, que los sujetos-receptores-reproductores que cumplen las mismas características que el cibercaricaturista, pues son capaces de retransmitir ese mensaje e imprimir el sentido que ellos deseen en su propio perfil de redes sociales dando lugar a la resignificación, dependiendo del contexto y de los sujetos. La subjetividad está plasmada en los memes, porque son construidos bajo los ideales, experiencias e idiosincrasia de los productores de estas publicaciones políticas de orden cómico. A diferencia del “monero” de prensa que se identifica con una cara y un nombre, los cibercaricaturistas Nunca descubren su identidad y se protegen en el anonimato.

4. Los memes políticos tienen la virtud de viralizarse por sus contenidos. Reflejan la idiosincrasia y guardan el momento histórico vivido, convirtiéndose en trendingtopic, además se convierten en globales al ser visualizados por cualquiera. El meme político es diferente a la caricatura política porque se visualizan en la red a través de los dispositivos digitales; se producen virtualmente y no en el papel con grafito. Va dirigido mayoritariamente a personas jóvenes, pues son los que más tiempo pasan en el ciberespacio; dependiendo de factores para su producción y consumo: social, cultural, político, económico, educativo, ideológico.
5. La caricatura y el meme comparten la ironía, la sátira, la parodia y los cuestionamientos sociales que son ingredientes fundamentales para su creación.

Capítulo II

La reforma energética y los memes

Introducción

En este capítulo se retoma la historia presidencial desde el parteaguas que significa la “Expropiación petrolera”, a cargo del expresidente Lázaro Cárdenas del Río, pasando por todos los sexenios posteriores hasta llegar al actual mandato de Enrique Peña Nieto. ¿Por qué retomar un tema de mediados del siglo pasado?, porque el meme seleccionado ocupa elementos importantes de esa época y lo traslada a la actualidad que vivimos.

La historia de PEMEX es un pilar indispensable para el país ya que antes de la expropiación petrolera nació el sentimiento de pertenencia nacionalista y de identidad: "PEMEX es de los mexicanos", lo que contrasta con la actual situación debido a que la manera de hacer negocios de extranjeros (principalmente Estados Unidos) ha cambiado, afectando a través del comportamiento del dólar, el valor del peso mexicano y a cualquier moneda de países petroleros. Por ello, los ciber-caricaturistas expresan su sentir a través de los memes para transmitir el mensaje de descontento a los demás internautas que puedan recibirlo e invitar a la reflexión.

En este apartado se comienzan a analizar los memes seleccionados de las reformas estructurales con las que la vida política del país guarda una relación íntima. Con la ayuda de categorías de la semiótica como: signo, significado, significante de Umberto Eco; mensaje lingüístico de Roland Barthes; y semiótica de la cultura de Yuri Lotman, se ofrece una mirada a los memes descomponiendo sus partes por separado y poder apreciarlo en conjunto al mismo tiempo.

El objetivo particular para este capítulo es: Describir los mecanismos de difusión utilizados para llevar los memes políticos a los internautas en estas redes sin restricciones legales, y la pregunta de investigación es: ¿Cómo y quiénes difunden el contenido de los memes políticos en las redes sociales sin restricciones legales?

2.1 Los memes y la reforma energética: Antecedentes.

En 1917, el entonces presidente de México, Venustiano Carranza, establece en el artículo 27 Constitucional que *“corresponde a la nación el dominio directo de [...] los yacimientos minerales u orgánicos de materias susceptibles de ser utilizadas como fertilizantes; los combustibles minerales sólidos; el petróleo y todos los carburos de hidrógeno, sólidos, líquidos o gaseosos”* (Universidad de Guadalajara, 2015). En esa época, el petróleo se encontraba en manos de compañías extranjeras. La respuesta directa a dicha modificación implicó el aumento al máximo de producción de petróleo por parte de estas compañías petroleras con la intención de obtener el máximo provecho antes de entrar en vigor esa ley. (Industria petrolera, 2011). Esto continuó hasta la llegada a la presidencia de México en 1934 por Lázaro Cárdenas quien promovió la creación de sindicatos para proteger a los trabajadores. A partir de la lucha del sindicato de petroleros llegó a la decisión de nacionalizar el petróleo (Industria petrolera, 2011).

Para 1935, los trabajadores de las compañías petroleras buscaban aliarse para formar sindicatos. El acto fue impedido por las compañías en un principio, sin embargo, el objetivo se cumplió y cada compañía tenía su sindicato de trabajadores. El 27 de diciembre de 1935 fue el año en el que se formó el Sindicato Único de Trabajadores Petroleros para conservar la unión y organización entre los miembros de este sector. El 29 de enero de 1936 este sindicato se unió al Comité Nacional de Defensa Proletaria, convirtiéndose en el predecesor de la Confederación de Trabajadores de México (CTM). En ese mismo año, el 20 de julio; el Sindicato Único de Trabajadores Petroleros realizó su primera convención para mostrar su proyecto de contrato general con todas las empresas petroleras y añadieron la huelga para demandar el cumplimiento del contrato (Industria petrolera, 2011).

El presidente Lázaro Cárdenas, en ese entonces, intervino para que las compañías firmaran el contrato, no obstante, jamás se llegó a un acuerdo por lo que no se obtuvo ningún beneficio. Dicha huelga se pospuso por seis meses y se retomó el 28 de mayo de 1937, como consecuencia nadie pudo comprar gasolina por 12 días. La mediación por parte del presidente Lázaro Cárdenas intentaba calmar la situación; la huelga cesó con una única condición de que no hubiera fallo alguno en las demandas como: aumento de sueldo del 90%, además del derecho a la salud y

la incapacidad pagada. Las empresas petroleras alegaron no tener fondos para cumplir con las demandas de los trabajadores y se ordenó investigar a las compañías. Los peritos llegaron a la conclusión de que la industria petrolera mexicana producía rendimientos superiores a la de Estados Unidos al incurrir en innumerables fraudes fiscales y al haber obtenido ganancias que alcanzaron los 150 millones de pesos, habiendo propuesto entonces un aumento de 26 millones de pesos en los salarios para los trabajadores (Industria petrolera, 2011).

2.1.1 La expropiación Petrolera

El momento culminante de la lucha nacional, llega el 18 de marzo de 1938 a las 8 de la noche. El presidente Lázaro Cárdenas (Figura II.1³⁵) se reunió con su gabinete para anunciar a nivel nacional ante los medios de comunicación, principalmente prensa y radio que había decidido nacionalizar las empresas petroleras. El mensaje tardó 2 horas en difundirse por todo el país en la radio. Dijo que las compañías petroleras serían nacionalizadas por haberse negado a cumplir las leyes nacionales.

La expropiación consistió en la apropiación legal de los recursos petroleros que explotaban 17 compañías extranjeras para que, de esta manera, el bien pasara a manos de los mexicanos. Entre estas compañías, figuraban la *Mexican Petroleum Company of California*, La Huasteca *Petroleum Company*, Compañía Mexicana de Petróleo “El Águila” y la Compañía Exploradora de Petróleo la Imperial S.A. (Industria petrolera, 2011).

La reacción de la población se hizo presente con su apoyo en dos grandes marchas en la ciudad de México para manifestar su respaldo a la decisión: la del 23 de marzo, con la que se presume, contó con la asistencia de casi cien mil personas, y la del 12 de abril, llevada a cabo en el Palacio de Bellas Artes y cuya peculiaridad fue que las mujeres de todos los sectores sociales, cooperaran para pagar la deuda que se tenía con las compañías (Industria petrolera, 2011).

³⁵Fotografía Recuperada el 8 de mayo de 2015 en <http://www.mexicomaxico.org/Voto/pemex.htm>

Figura II. 1 Presidente Lázaro Cárdenas declarando la expropiación petrolera



2.1.2 PEMEX

Petróleos Mexicanos (PEMEX) nació el 7 de junio de 1938 para convertirse en la única compañía hasta nuestros días, con la concesión legal de explotar y administrar los yacimientos de petróleo encontrados en el territorio mexicano. Algunas de las instalaciones de las compañías expropiadas fueron utilizadas por PEMEX como, por ejemplo: Minatitlán, Veracruz que producía 27,000 barriles por día (bd); Cd Madero, Tamaulipas, 43,000 bd; Azcapotzalco, Distrito Federal, 11,500 bd y las de Árbol Grande, Mata Redonda y Bellavista en Tampico Tamaulipas, con capacidad de 9,500 bd. La capacidad de procesamiento total de crudo ascendía a 102,000 barriles por día, menos de la tercera parte que había en 1923 (Industria petrolera, 2011).

Los conflictos laborales se hicieron presentes en los primeros años entre los trabajadores y PEMEX; el riesgo latente de huelga se mostraba inminente y había desacuerdos sobre los derechos de los trabajadores. Más tarde, en 1942 fue firmado el primer Contrato Colectivo de Trabajo en el que se establecieron las cláusulas para regular las condiciones laborales, administrativas y los acuerdos logrados entre los sindicatos y PEMEX. Las cláusulas en este contrato fueron consideradas como avanzadas, ya que contemplaba dar a los trabajadores el derecho a servicios médicos, prestaciones en caso de enfermedades, accidentes o muerte y jubilación (Industria petrolera, 2011).

2.1.3 Cronología de PEMEX

En este apartado, se hará un balance histórico desde el sexenio de los presidentes en 1938, año en el que se logra la expropiación petrolera por Lázaro Cárdenas del Río hasta nuestros días en 2015 con el actual Presidente Enrique Peña Nieto. Se intenta organizar los eventos relevantes y precios de crudo por barril para contextualizar el cambio respecto al pasado y enlazarlo al presente para tener una idea de lo que los memes elegidos que ironizan la reforma energética, poseen en el entramado de significados tanto del tiempo histórico como la conciencia histórica, necesarias para la articulación. Esto es, para poder comprender el fenómeno de los memes sobre la reforma energética, es necesario conocer el dato histórico desde que Lázaro Cárdenas expropia el petróleo para constituir lo que ahora se está extinguiendo con la reforma energética, PEMEX.

2.1.3.1. 78 años de expropiación petrolera

A) Lázaro Cárdenas del Río: Periodo presidencial (1934-1940)

En 1939, Petróleos Mexicanos construye una planta productora de tetraetilo de plomo, necesario para la producción de gasolina y diversas materias primas para el proceso de refinación, además de dar de baja a técnicos calificados, siendo recursos humanos que no poseía la nación y se veía obligada a recurrir al extranjero para realizar dicho proceso. No obstante, las empresas extranjeras lograron extraer las refacciones y materias primas de las plantas, situación que obligó a PEMEX a refinar crudo en el extranjero y satisfacer la demanda interna. Para contrarrestar este efecto, se lanza un decreto presidencial para formar profesionistas y técnicos calificados bajo las carreras de Ingeniero Químico Petrolero e Ingeniero Metalúrgico impartidos en la Escuela Superior de Ingeniería y Arquitectura del Instituto Politécnico Nacional y también en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) (Mexicomaxico, 2009).

B) Manuel Ávila Camacho: periodo presidencial (1940-1946)

El sábado 9 de noviembre de 1940, se reforma el artículo 27 en su párrafo sexto, para comunicar lo siguiente: *Tratándose del petróleo y de los carburos de hidrógeno*

sólidos, líquidos o gaseosos no se expedirán concesiones y la Ley Reglamentaria respectiva determinará la forma en que la Nación llevará a cabo las explotaciones de esos productos. El presidente Lázaro Cárdenas había firmado la reforma desde el 27 de diciembre de 1939. La nueva ley reglamentaria del artículo 27 Constitucional en el Ramo del Petróleo se publica el 18 de junio de 1941 en el Diario Oficial, por el entonces presidente Manuel Ávila Camacho. El Artículo 4º expresa: La nación llevará a cabo la exploración y explotación del petróleo, en la siguiente forma:

- I.- Por trabajos que realice el gobierno a través de su órgano correspondiente
- II.- Por conducto de las instituciones públicas petroleras que al efecto cree la ley y
- III.- Mediante contratos con particulares o sociedades.

Y en su Artículo 8º, en el caso de la fracción tercera del art. 6º podrán celebrarse contratos con particulares o sociedades para que lleven a cabo los trabajos respectivos, a cambio de compensaciones en efectivo o de un porcentaje de los productos que se obtengan.(Industria petrolera, 2011)Una histórica reunión se dio el 20 de abril de 1943, entre el presidente de Estados Unidos, Franklin D. Roosevelt, con el General Manuel Ávila Camacho en Monterrey con la intención de negociar las futuras exportaciones del petróleo mexicano y además simbólicamente estar del lado de los países aliados en la II Guerra mundial. A cambio, México recibió los créditos indispensables para financiar a PEMEX y a su vez, la renegociación de la deuda externa mexicana en favorables condiciones. Uno de sus grandes logros como presidente fue el ajuste del pago total por indemnización petrolera a 24 millones de dólares en ese mismo año (equivalentes a 297.5 millones de dólares de junio de 2009) (Mexicomaxico, 2009).

En este sentido, México se convierte en un importador neto de productos petroleros ante el paulatino ascenso de las importaciones de petróleo y gas en 1942 y las nulas exportaciones de crudo. Por medio del Eximbank, el gobierno de los Estados Unidos realiza un préstamo a México de 10 millones de dólares para ampliar la refinería de Azcapotzalco (Figura II.2³⁶) y la producción de gasolina de alto octonaje que es necesario para la aviación (Mexicomaxico, 2009).

³⁶Recuperado el 9 de mayo de 2015 en <http://www.mexicomaxico.org/Voto/pemex.htm>

Figura II. 2 Refinería Azcapotzalco comienza a producir gasolinas de alto octanaje para naves aéreas en 1944



En el norte del país, hallan un nuevo yacimiento denominado Misión en 1945 que impulsa la producción de gas natural en México. Las reservas generales de hidrocarburos, entre el crudo y el gas natural, representaban 1,276 millones de barriles (Mexicomaxico, 2009).

C) Miguel Alemán Valdés: periodo presidencial (1946-1952)

Petróleos Mexicanos inauguró la nueva refinería en Azcapotzalco, el 20 de noviembre de 1946 con el nombre de “18 de marzo” con el fin de incrementar el proceso de refinación a 50 mil barriles diarios. Además, descubre importantes yacimientos en Reynosa y Tamaulipas. PEMEX descubre nuevos yacimientos en 1947 el denominado a Camargo y en 1948 los campos petroleros de Valdecasas, Reynosa y Brasil, además de un campo productor de gas de nombre Moralillo. Otros más fueron descubiertos en 1949 en la frontera noreste, el campo Francisco Cano localizado territorialmente en los estados de Tamaulipas y Nuevo León. Respecto a los campos productores de gas, se localizan los denominados Presidente Alemán y Alazán en la zona norte y los campos de Fortuna Nacional y Tortuguero en la zona sur. PEMEX descubre yacimientos en Tabasco (Figura II.3³⁷) (Mexicomaxico, 2009)

³⁷Recuperado el 9 de mayo de 2015 en <http://www.mexicomaxico.org/Voto/pemex.htm>

Luego de 15 años de haberse realizado la expropiación, PEMEX pone en operación otra nueva refinería en Salamanca, Gto., denominada Ing. Antonio M. Amor. El 15 de septiembre recibe una ampliación la refinería de Mata Redonda a 14,000 barriles diarios (Mexicomaxico, 2009).

Figura II. 3 PEMEX descubre el más importante de los yacimientos de gas y de hidrocarburos líquidos, llamado “José Colomo”, en Macuspana, Tabasco



D) Adolfo Ruíz Cortines: Periodo presidencial (1952-1958)

En este periodo, se continúa descubriendo pozos en la prolongación de la “Faja de oro” (la región más productiva entre 1953 y 1956) en el campo “Ezequiel Ordoñez” en 1952. Posteriormente se descubren nuevos mantos petroleros en la cuenca de Veracruz, los cuales reciben el nombre de Campo Angostura. Más tarde el 22 de febrero de 1956, se inaugura la nueva Refinería “Gral. Lázaro Cárdenas del Río” en Minatitlán, Veracruz, con capacidad productiva de 50,000 barriles diarios. Se emiten 500 millones de pesos en bonos estabilizados y se obtiene por primera vez, petróleo de formaciones del periodo Jurásico en campos de la zona de Poza Rica, Veracruz. El 3 de marzo de 1958 comienzan las operaciones de las instalaciones de Cd. PEMEX en el estado de Tabasco (Mexicomaxico, 2009).

El 29 de noviembre, Don Adolfo Ruíz Cortines publica la nueva Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en Materia de Petróleo para confirmar el dominio exclusivo de la Nación sobre todos los hidrocarburos, incluyendo los derivados petroquímicos básicos. Lo trascendental es lo que sigue:

Salvo lo dispuesto en el artículo 3º, el transporte, el almacenamiento y la distribución de gas podrán ser llevados a cabo, previo permiso, por los sectores social y privado, los que podrán construir, operar y ser propietarios de ductos, instalaciones y equipos, en los términos de las disposiciones reglamentarias, así como, en las disposiciones técnicas y de regulación que se expidan... (Mexicomaxico, 2009).

Y lo que expresa su Artículo 6º:

Petróleos mexicanos otra celebrar con personas físicas o morales los contratos de obras y de prestación de servicios que la mejor realización de sus actividades requiere. Las remuneraciones que en dichos contratos se establezcan, serán siempre en efectivo y en ningún caso concederán por los servicios que se presten buenas obras que se ejecuten, porcentajes en los productos, ni participación en los resultados de las explotaciones (Mexicomaxico, 2009).

E) Adolfo López Mateos: Periodo presidencial (1958-1964)

Ya con el mandato de Adolfo López Mateos, el 24 de agosto son concluidas las plantas de destilación al vacío, desintegración catalítica, polimerización y recuperación de azufre de la refinería “18 de marzo” en Azcapotzalco, D. F. En 1962 se cubre anticipadamente el último pago de la deuda contraída por la expropiación petrolera de 1938. En PEMEX fue celebrado el 25º aniversario de la expropiación petrolera el 18 de marzo de 1963 (Mexicomaxico, 2009).

F) Gustavo Díaz Ordaz: Periodo presidencial (1964-1970)

En esta etapa de la historia de Petróleos Mexicanos, el 23 de agosto de 1965 nace la iniciativa del entonces director General de PEMEX, Jesús Reyes Heróles, bajo el nombre del Instituto Mexicano del Petróleo (Figura II.4³⁸), para fomentar la investigación petrolera, porque no tiene recursos humanos para impulsar el desarrollo de la tecnología propia, reduciendo los altos costos de la importación de productos y pago de regalías (Mexicomaxico, 2009).

³⁸Recuperado el 9 de mayo de 2015 en <http://www.mexicomaxico.org/Voto/pemex.htm>

Figura II.4 Torre principal del complejo de edificios que integran el campus del Instituto Mexicano de Petróleos en la Ciudad de México



Después en 1966, Petróleos Mexicanos deja de exportar crudo por primera vez en su historia, además de reducir significativamente las exportaciones de derivados de gas natural. En la demanda interna no se podía satisfacer con la producción nacional. El 18 de marzo, se inauguraron las plantas para ampliar la capacidad de la refinería “Gral. Lázaro Cárdenas del Río” en Minatitlán, Veracruz con capacidad de producción de 175,500 barriles diarios. También amplían la refinería “Ing. Antonio M. Amor” en Salamanca a 100,000 barriles diarios. En este año las reservas totales de petróleo ascendían a 5.57 MMB (miles de millones de barriles) (Mexicomaxico, 2009).

G) Luis Echeverría Álvarez: Periodo presidencial (1970-1976)

En este sexenio, PEMEX dio crédito al descubrimiento en 1971, de una mancha de aceite que va desde el fondo del mar en la sonda de Campeche. Obteniendo la producción al explotar el pozo Chac 1 cinco años después, de uno de los yacimientos molinos más grandes del mundo, al sexto se le llamo Cantarell, en honor a un pescador campechano y su hermano que ya conocía el lugar desde 1956. Ese mismo año se expide la Ley Orgánica de Petróleos Mexicanos. El año de 1974, resulta trascendente por haberse roto el récord de producción anual de petróleo crudo, después de 53 años, se llegó a la cantidad de 209.855 millones de

barriles, cifra que supera la marca anterior de 1921, que era de 193.3 millones de barriles (Mexicomaxico, 2009).

H) José López Portillo y Pacheco: Periodo presidencial (1976-1982)

Se inaugura la refinería “Miguel Hidalgo” en 1977, compuesta de siete plantas con capacidad combinada de 150,000 barriles diarios. Para 1978, la región del sureste como Chiapas, Tabasco y la sonda de Campeche, proveía el 79% de la producción total del país, convirtiéndose así en el centro principal de reservas. Se confirma el descubrimiento del segundo yacimiento más importante del país, después de Cantarell en la perforación del pozo Maloob1 (Mexicomaxico, 2009).

El 3 de junio, al perforar se impuso lxtoc a 3,616 metros de profundidad, provocaron el derramamiento aproximadamente de 35,000 barriles de petróleo por día, hasta lograr controlar el derrame en marzo de 1980. Se inaugura el complejo petroquímico “La Cangrejera” el 29 de abril de 1981, con capacidad para procesar 113,000 barriles diarios entre el crudo y líquidos. Para el año de 1982, la economía mexicana entrar en una grave crisis financiera y al mismo tiempo sufre una caída generalizada de los precios internacionales del petróleo. Se inaugura el complejo de oficinas corporativas de Pemex en la ciudad de México (Figura II.5³⁹), con la torre de 52 pisos de altura (Mexicomaxico, 2009).

Figura II. 5 Complejo de oficinas de Corporativo de PEMEX, construido entre 1980 y 1982.



I) Miguel de la Madrid Hurtado: Periodo presidencial (1982-1988)

Lo más sobresaliente en su sexenio, fue la entrada en operación del desarrollo Maloob, el actual conjunto marino Ku-Maloob-Zaap. Entrada en operación de la

³⁹Recuperado el 9 de mayo de 2015 en: <http://www.mexicomaxico.org/Voto/pemex.htm>

ampliación de la refinería “Francisco I. Madero”, para llegar a la capacidad de 196,000 barriles diarios. Mismo caso para la refinería “Miguel Hidalgo” en Tula, Hgo., para llegar a 320,000 barriles diarios de capacidad (Mexicomaxico, 2009).

J) Carlos Salinas de Gortari: Periodo presidencial (1988-1994)

La refinería “Ing. Antonio Dovalí Jaime” en Salina Cruz, Oaxaca, recibe ampliación al entrar en operación la planta primaria No 2 para procesar 165,000 barriles diarios. Se llegó al máximo de capacidad de destilación atmosférica en el Sistema Nacional de Refinación de 1, 679, 000 barriles diarios. En 1990 las reservas totales de petróleo ascendieron a 66.45 MMB, (miles de millones de barriles). Se expide una nueva Ley Orgánica de Petróleos Mexicanos y Organismos Subsidiarios en 1992 para determinar la creación de un órgano Corporativo y cuatro Organismos Subsidiarios como: PEMEX Exploración y Producción (PEP), PEMEX Refinación (PXR), PEMEX gas y Petroquímica Básica (PGPB), PEMEX Petroquímica (PPQ) (Mexicomaxico, 2009).

K) Ernesto Zedillo Ponce de León: Periodo presidencial (1994-2000)

En este sexenio, figuran las mejoras en diferentes refinerías como: Cadereyta, Tula, Hidalgo, Minatitlán, Salina Cruz y Madero. En el año de 1999 como la capacidad de las 6 refinerías es de 1, 525, 000 barriles diarios. Para el año 2000 dos reservas totales de petróleo ascienden a 53.2 MMB (Mexicomaxico, 2009).

L) Vicente Fox Quesada: Periodo presidencial (2000-2006)

Lo más sobresaliente en su sexenio, es que se establece nueva marca anual de extracción de crudo, llegando a 1, 234, 000 de barriles. Las reservas totales de petróleo ascendían a 46.9 MMB en el año 2004. Para el año 2006 las reservas totales de petróleo fueron de 45.4 MMB (Mexicomaxico, 2009).

M) Felipe de Jesús Calderón Hinojosa: Periodo presidencial (2006-2012)

A estas alturas, Petróleos Mexicanos se considera la empresa más grande de México en su conjunto con los cuatro organismos que le quedan, la convierten en la

mayor de Latinoamérica y una de las empresas petroleras más grandes del mundo, tanto en activos como de sus ingresos. En 2006 las reservas totales de petróleo ascienden a 45.4 MMB. A finales de su mandato, la producción anual del año 2012, aproximadamente equivale al 75 por ciento del máximo histórico del 2004 que fue 1,234.758 millones de barriles anuales (Mexicomaxico, 2009).

2.1.4 Enrique Peña Nieto: Periodo presidencial (2012- en curso hasta 2018)

Este es el sexenio donde se proponen las reformas estructurales por parte del ejecutivo, y en esta sección la más importante, es la reforma energética porque es la que está presente en el meme en una dualidad del bien y del mal, posiblemente interpretada por el lector que interactúa con los significados de dicho meme.

El actual mandatario expone las razones por las cuales, era necesaria la reforma energética ante los trabajadores petroleros en Cosoleacaque, Veracruz durante la conmemoración del 76 aniversario (18 de marzo de 2014) de la expropiación petrolera, en aquel entonces mencionó:

El rasgo más evidente del cambio que introduce la reforma es, por supuesto, el hecho de que habrá más participantes en la industria. Habrá competencia. Ahora competencia en todos y cada uno de los mercados en que participamos (Carriles, 2014).

Adelantó, además,

...se va a definir qué van a hacer con los activos que hoy tiene la empresa, aunque están invertidos muchos miles de millones de pesos, en un contexto de mayor competencia con el sector privado, en medio de un proceso de transformación en empresa donde definirán en que mercados van a mantener su presencia (Carriles, 2014).

Para este presidente, la reforma energética era impostergable por motivos geológicos, tecnológicos y financieros, por lo que el cambio era ineludible, la transformación y la reinención de la empresa. Respecto a los cambios de la transformación industrial, realizó la siguiente propuesta:

Para lograr estos objetivos estratégicos de negocio, en un ambiente de competencia con otras empresas, deberemos transformarnos para ser como las demás empresas, sólo que mejores". En cuanto los recursos humanos, manifestó que iniciarán programas de capacitación continua y se adoptará "una nueva manera de hacer las cosas y una nueva manera de encarar los problemas (Carriles, 2014).

Más adelante, el Comité Internacional de la Cuarta Internacional (CICI) publica un artículo en inglés en septiembre de 2014. Realizan las siguientes críticas a lo que califican como la privatización del petróleo en México. Afirma que el discurso de Peña Nieto, benefició con el triunfo a los intereses petroleros extranjeros y sus aliados en México, con sus añejos intereses de dismantelar lo que quedaba de la petrolera estatal de México durante años. Peña Nieto afirmó que México ya no es el mismo país que antes, que ahora “se ha atrevido a cambiar” (London, 2014).

Los acuerdos de la privatización en términos alcanzados a finales de 2013 abren el 17% de los campos de petróleo a la explotación extranjera. En consecuencia, México cederá derechos a 79% de los campos donde existen reservas. Se abre la competencia entre las compañías petroleras estadounidenses y británicas para tener la mejor cosecha de los beneficios de la privatización.

En agosto de 2014, Emilio Lozoya, director General de Pemex afirmó haber estado en conversaciones con docenas, sino cientos de empresas, como Chevron, British Petroleum y Exxon Mobil, para discutir los planes para la futura extracción de recursos (London, 2014).

Este es un cambio considerado por los centros de investigación empresariales estadounidenses, como un triunfo estratégico de las empresas de ese país. A partir de ahora, estas lograron aferrarse en los efectos de la economía mexicana. En este mismo artículo del Comité Internacional de la Cuarta Internacional, se cita otro artículo de la revista *Foreign Affairs* bajo el título “¿Una segunda revolución mexicana? Reforma Energética e Independencia energética norteamericana” (A second Mexican Revolution? Everyy Reform and North American Energy Independence) en donde Pamela Starr y Michael Camuñez dicen: “Más de un cuarto de siglo después del comienzo de la implementación de políticas económicas de libre empresa, la voluntad y la capacidad del gobierno mexicano para regular la propiedad privada es la más baja en cinco años” (London, 2014).

Dicho de otra manera, estos autores explican que la privatización (en general, no sólo en México sino a nivel mundial) posibilita a los Estados Unidos de América de apropiarse de los recursos naturales del mundo.

En oposición y contraparte a todo lo logrado por el General Lázaro Cárdenas del Río en 1938 (La expropiación petrolera), hoy, la burguesía mexicana colabora

incondicionalmente con sus homólogos estadounidenses para anular esas conquistas, e ir en contra de la revolución de la que fue parte el pueblo mexicano al pagar la deuda con las empresas extranjeras con su poder adquisitivo y posteriormente haber logrado la expropiación. Por ello la burguesía mexicana se ha levantado en contra de su pueblo en una contra-revolución social (contra la clase obrera) para anular aquél dicho antiguo de “Pemex es de los mexicanos”, porque ya no lo es, y en realidad nunca lo fue (London, 2014).

En la misma línea, las clases gobernantes de México y Estados Unidos están a la expectativa de grandes beneficios, de la privatización, desmoronando más y más los niveles de vida de la clase obrera mexicana. “De acuerdo con el consejo nacional para la evaluación de la política de desarrollo social mexicano (CONEVAL), de un total de 117 millones de habitantes en México, más de 53 millones vivían en la pobreza en el 2012, número que representaba un aumento de quinientos mil desde 2010. Según un estudio de ese año del banco mundial, un tercio de la población sobrevivía ganando menos de cinco dólares diarios” (London, 2014).

A dos años de gobierno, afirma en el artículo: “Peña Nieto ha dirigido una amplia campaña social contrarrevolucionaria particularmente contra la educación pública, privándola sistemáticamente de recursos y entregándola al sector privado. Por eso su popularidad sigue bajando. Según una encuesta del diario mexicano *Excelsior*, el 54% de los mexicanos desaprueba la presidencia de Peña Nieto, mientras que sólo el 43% la aprueba” (London, 2014).

Por consiguiente, el Presidente se ha ganado el descontento y el repudio como dice a continuación: “El repudio a Peña Nieto que sienten grandes sectores de la población mexicana se deja notar incluso fuera de las fronteras de México. En una reciente visita a los Ángeles, California, los inmigrantes mexicanos le dieron la “bienvenida” a Peña Nieto con carteles que decían: “México no se vende” y “traidor” en referencia a la privatización de Pemex” (London, 2014).

Recapitulando, es importante mencionar que, aunque la cronología es descriptiva de hechos, constituye el referente histórico que ha trascendido por diferentes medios en el imaginario colectivo, la representación social y el significado que le otorgan los mexicanos al petróleo como patrimonio nacional ahora junto con los memes como recurso de difusión, permiten observar el análisis más adelante.

2.2 El meme de la Reforma Energética como texto

El objetivo de este apartado es mostrar la complejidad visual y discursiva que posee el meme o ciber-texto de humor de la reforma energética. Partimos del meme como texto al ser un tejido de varios códigos, integrado por texto verbal escrito, imagen visual que puede ser una fotografía, un dibujo, etc., los colores, el volumen con lo cual se produce sentido. Para el estudio del meme o cibertexto de humor (Sánchez Guevara, 2015) nos apoyamos en tres autores que a nuestro parecer son fundamentales: Umberto Eco, Roland Barthes y Iuri Lotman.

2.2.1 Reforma Energética como signo

Los aportes de Eco (1986) sobre la semiótica son variados, entre conceptos y modelos. Para la definición de semiótica, el semiólogo retoma a Ferdinand de Saussure:

La lengua es un sistema de signos que expresan ideas y, por esa razón, es comparable con la escritura, el alfabeto de los sordomudos, los ritos simbólicos, las formas de cortesía, las señales militares, etc. Simplemente es el más importante de dichos sistemas. Así, pues, podemos concebirla como una ciencia que estudia la vida de los signos en el marco de la vida social (Eco, 1986:19).

Respecto a esta definición comenta que para Saussure: "... el signo es la unión de un significado con un significante y por ello, si la semiótica es la ciencia que estudia los signos, quedarían excluidos de este campo muchos fenómenos que actualmente se llaman "semióticos" o son de su competencia" (Eco, 1986:19). Desde su punto de vista, esta definición dio origen a la mayoría de estudios semióticos, pero está incompleta e insuficiente al utilizar la expresión *signes* o signos.

Ahora bien, retoma la definición de Peirce: "Que yo sepa, soy un pionero, o, mejor, un explorador, en la actividad declarada e iniciar lo que llamó semiótica, es decir, la doctrina de la naturaleza esencial y de las variedades fundamentales de cualquier clase posible de semiosis" (Eco, 1986:20). Para el semiólogo italiano, la semiótica es la "doctrina de los signos" que, a su vez, la vincula al concepto de "semiosis" siendo ésta, una característica constitutiva de los signos. Eco expone la definición de semiosis de Peirce: "Por semiosis entiendo una acción, una influencia que sea, o suponga, una cooperación de tres sujetos, como, por ejemplo, un signo,

su objeto y su interpretante, influencia tri-relativa que en ningún caso puede acabar en una acción entre parejas” (Eco,1986:20).

En consecuencia, la semiosis para este autor es como una relación de estímulo y reacción entre dos polos, de un extremo el polo estimulador y del otro el polo estimulado, sin mediación de ninguna clase. Siendo que en una relación de semiosis, el estímulo es un signo que, para producir reacción, debe estar mediatizado por un tercer elemento (interpretante, sentido, significado, referencial, código, etc.) El cual hace que el signo represente al objeto para el destinatario.

Para Umberto Eco “la semiótica estudia todos los procesos culturales, es decir, aquellos en los que entran en juego agentes humanos que se ponen en contacto sirviéndose de convenciones sociales como procesos de comunicación”. (Eco, 1986:22). Profundizando, la cultura forma parte clave de lo que constituye la semiótica y por lo tanto parte fundamental de la comunicación como lo dice a continuación:

Queda claro entonces que nuestra primera hipótesis convierte a la semiótica en una teoría general de la cultura y en último análisis, un sustituto de la antropología cultural. Pero reducir toda la cultura a comunicación no significa reducir toda la vida material a <<espíritu>> o a una serie de acontecimientos mentales puros. Ver toda la cultura *subspeciecommunicationis* no quiere decir que la cultura sea solamente comunicación, sino que ésta puede comprenderse mejor si se examina desde el punto de vista de la comunicación. Y que los objetos, los comportamientos, las relaciones de producción y los valores funcionan como tales desde el punto de vista social, precisamente porque obedecen a ciertas leyes semióticas (Eco, 1986:26).

Hay una segunda hipótesis que según Eco remite a la primera, por un lado, esto es que, dentro de una cultura dada, existen entidades que tienen la capacidad de convertirse en un fenómeno semiótico, por el otro lado, están las leyes de la comunicación (que no los medios de comunicación), sino por ejemplo la comunicación cara a cara o comunicación interpersonal, dichas leyes son también las leyes de la cultura. Y la cultura, dice Eco, puede ser estudiada desde la perspectiva semiótica, por lo tanto, concluye el autor, la semiótica es una “...disciplina que puede y debe ocuparse de la cultura” (Eco, 1986: 27).

En este orden de ideas, los memes políticos o cibertextos de humor son analizados en esta investigación desde la mirada semiótica, por las siguientes razones:

1. Los memes son producto de la creación “verbo-visual”⁴⁰ de un tipo especial de caricaturista, al que denominamos cibercaricaturista.
2. Los memes comunican una forma de pensamiento de la población mexicana que está versada en la política, en la economía, en la historia, en la ideología y en el poder, a un ciberpúblico-espectador-receptor-emisor, que a su vez comunica a otros ciberreceptores-emisores la idea original, mediante un soporte técnico: tablets, computadoras, lap tops, móviles o celulares, hacia las redes sociales, en este proceso de comunicación la codificación y decodificación es fundamental, y esto se puede corroborar, por las *likes*, compartidas y comentarios.

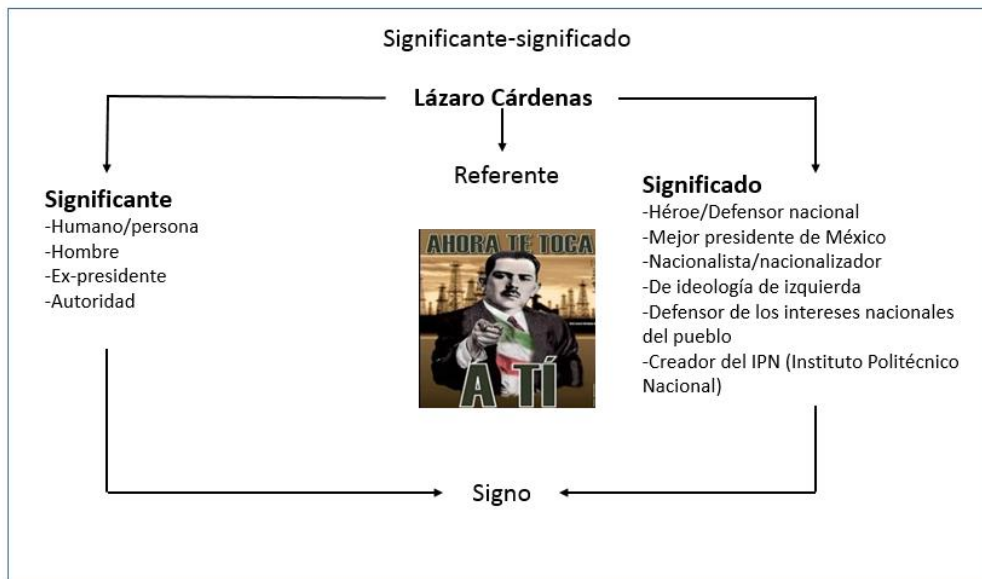
En este sentido, los memes se convierten en un fenómeno semiótico, pues en ellos emergen “los procesos culturales como procesos comunicativos”. El meme es construido por un ciber sujeto colectivo para comunicar el descontento de la población ante las reformas energéticas, da a entender tanto al Poder Ejecutivo, al Poder Legislativo y a la población mexicana en general, que los poderes mencionados, mienten al pueblo mexicano al hacerle creer que con las reformas energéticas la situación económica de las familias mexicanas se va a resolver, cuando es todo lo contrario. El petróleo se entregó a las empresas extranjeras, mayoritariamente norteamericanas, pues el país vecino es el que está más interesado en que en México se hagan las reformas para así tener la “oportunidad” de adquirir el bien que le pertenece al país mexicano. Por lo tanto, la semiótica estudia el código y el mensaje, y sobre todo el discurso profundo, es decir el discurso que está detrás del discurso.

Ahora bien ¿por qué hacer un análisis semiótico de los memes políticos mexicanos? Porque desde el punto de vista de Eco la semiótica además de ser una teoría de los signos, también es una “metodología de la práctica de los signos” (Eco, 1986: 30). Dicho de otra manera, presenta al estudio de los signos como una ciencia omnicomprensiva; desde el momento en que nació la semiótica o semiología en el siglo XX. La semiótica “es una ciencia que incorpora toda la experiencia y todo el saber, ya que todo es signo, todo tiene esa faz de significante-significado (que

⁴⁰Categoría acuñada por Sánchez Guevara (2005).

puede traducirse en términos de lo insensible y de lo inteligible): lo que sirve de signo suele llamarse *significante*, mientras que aquello a lo que se refiere el signo – aquello que da a conocer – se le llama *significado*” (Eco, 1976:1). Para ejemplificar lo anterior, se presentan los siguientes diagramas de imágenes:

Figura II. 6 Meme: Lázaro Cárdenas



Las dos imágenes se homologan en la postura de la mano, la cual tiene una profunda producción de sentido.

Figura II. 7 Meme: Tío Sam



Como se puede ver en la imagen el significado y el significante son parte integral de la estructura del signo verbo-visual. El significante es la figura material que toma el signo, no siempre es lingüístico, puede ser una imagen, como en este caso la imagen de dos personajes simbólicos para dos culturas diametralmente opuestas, representantes de dos naciones vecinas: como lo son Lázaro Cárdenas del Río, ex presidente de México y el Tío Sam⁴¹, que es la representación del gobierno de los Estados Unidos de América. El primero real y el segundo ficticio, ambos poseen autoridad, el primero es de edad madura y el segundo de edad avanzada y millonario.

El significado es la imagen mental (el concepto que este representa), el cual varía dependiendo de la cultura. Occidentalmente desde nuestros códigos en México sabemos que en el caso de Lázaro Cárdenas fue un defensor nacional al lograr la expropiación petrolera, lo que lo convierte en el mejor presidente de México, representante de la izquierda política mexicana, defensor del pueblo y sus intereses, creador del Instituto Politécnico Nacional (IPN).

En contraparte, siguiendo la misma dinámica se encuentra el Tío Sam quien posiblemente se interprete bajo nuestros códigos como el reclutador para la guerra por excelencia, lo que lo convierte en un invasor y a la vez en un conquistador quien además al representar al gobierno de los Estados Unidos, lo hace también con sus intereses que apuntan a apoderarse de los recursos nacionales del mundo.

2.2.2 El meme y sus mensajes

Roland Barthes (1986) aporta en el campo de la semiótica, un análisis sobre la publicidad de los productos Pannzani que hemos considerado como modelo para

⁴¹ El origen de esta imagen es el de un carnicero llamado Samuel Wilson, un comerciante de carnes que suministraba al Ejército de EEUU durante la guerra de 1812. En 1961 el Congreso estadounidense lo convirtió en su emblema oficial y lo declaró "Representante del símbolo nacional de los Estados Unidos", Este cartel sirvió para reclutar soldados en varias guerras y bajo su imagen se incluyó en letras grandes: "I want you for the US Army" (Te quiero para el ejército de los EEUU). Un hecho curioso se presentó cuando Daniel D. Tompkins, visitaba la planta de Wilson y observó que los barriles de carne que iban a ser despachados llevaban las marcas impresas "EA-US" y el gobernador preguntó: ¿Qué representan las iniciales? Uno de los mozos contestó que iban dirigidos a un contratista llamado Elbert Anderson, y en broma dijo que US significaba Uncle Sam (Tío Sam) Wilson y los militares acogieron esta familiar forma de referirse a las siglas y desde entonces Samuel Wilson sería su tío Sam. Recuperado el 04 de junio de 2016 en: <http://www.muyhistoria.es/temporanea/articulo/la-historia-del-tio-sam-el-carnicero>

desarrollar de esta manera, algunos conceptos acerca de la imagen y como puede generar significados compartidos. El autor analiza las imágenes publicitarias por considerar que la significación es intencional y está dirigido a las mejores lecturas posibles. Por ello, dicha significación intencional se halla también en los memes (por parte de los cibersujetos colectivos quienes los producen) de las reformas estructurales que propuso el ejecutivo y aun Presidente de la República Mexicana, Enrique Peña Nieto.

A continuación, se presentan las categorías que el semiólogo francés usó para realizar su análisis semiótico desde su propia perspectiva y posteriormente un análisis aplicado y adaptado a los memes políticos.

Dentro de la imagen publicitaria, Barthes identifica tres mensajes que conviven: **El mensaje lingüístico** se compone por el texto que acompañan a la imagen y se refiere a la articulación del lenguaje escrito que sea parte de la misma imagen. Para lograr decodificarlo es necesario conocer el código, en este caso (Publicidad de Panzani: véase Figura II.8) el francés, por lo cual requiere una competencia lingüística. El mensaje lingüístico contiene algunas posibles funciones: la **Función de anclaje** es sustento o apoyo a la imagen, su función es **denominativa**, identifica los objetos. En el nivel de mensaje simbólico, bajo la guía del lingüista se interpreta impidiendo que se desorienten los sentidos connotados, dicho de otra manera, se limita el poder proyectivo de la imagen. El anclaje es la función más frecuente del mensaje lingüístico; aparece por lo general en la fotografía y en la publicidad (Barthes, 1995:4).

Figura II. 8 Publicidad de Panzani⁴²



“He aquí una propaganda Panzani: saliendo de una red entreabierta, paquetes de fideos, una caja de conservas, un sachet, tomates, cebollas, ajíes, un hongo, en tonalidades amarillas y verdes fondo rojo. Tratemos de esperar los diferentes mensajes que puede contener” (Barthes, 1995: 1).

La Función de relevo es menos frecuente y se encuentra en las historietas de comics con mayor frecuencia o dibujos humorísticos. Se refiere a una intercalación entre el texto y la imagen, constituyendo un elemento más del sintagma icónico. El mensaje lingüístico posee una mayor carga informativa en esta función que la de anclaje. La significación en este caso, recae sobre las palabras y la imagen se convierte en un compañero semiótico (Barthes, 1995: 4).

En el mensaje lingüístico se identificará un doble mensaje: tiene una parte denotada, lo literal del signo Panzani, la marca que se puede visualizar y también tiene una parte connotada, en donde Panzani, comunica por su asonancia, un segundo significado que refiere a la <<italianidad>> (Uriarte, 2013).

En cuanto el mensaje denotado Barthes identifica las siguientes características:

- El mensaje icónico que no está codificado.
- Además, está formado por los diferentes artículos u objetos fotografiados.
- Para leerlo, requerimos tener algún saber que se relacione con nuestro entorno, en otras palabras, necesitamos competencias iconográficas.

⁴² Recuperado el 30 de mayo de 2016 en: <http://es.slideshare.net/ceciliauriarte50/retrica-de-la-imagen-23716357>

Del ejemplo que está analizando, se identifican cada uno de los elementos que componen la imagen: tomates, videos, color, etcétera. Para el **mensaje connotado**, Barthes descompone los diferentes signos que le fue posible leer en la imagen propagandística. (Uriarte, 2013)

Primer signo es la forma en que está compuesta la imagen y que representa haber regresado del mercado. Con esto se connota la frescura de los productos, recientemente comprados y simulando una preparación casera, la cual tiene que ver con la red que deja caer los productos como si fuera un descuido (Uriarte, 2013).

Segundo signo corresponde a los colores mostrados en la imagen (verde, blanco y rojo) los cuales connotan la italianidad. El signo refuerza la connotación del mensaje lingüístico (la forma en que suena Panzani). Esta era necesaria para identificar este signo, tiene como base fundamental basarse en ciertos estereotipos que identifican a los italianos con las pastas (Uriarte, 2013).

Tercer signo: La unión de todos los objetos transmite la sensación de un servicio culinario profesional, como si Panzani fuera capaz de proporcionar todo lo necesario para preparar pastas (Uriarte, 2013).

Cuarto signo: la fotocomposición invita a recordar alguna pintura de naturaleza muerta. Para lograr interpretar esta connotación son necesarias competencias **intertextuales** y **enciclopédicas** (Uriarte, 2013).

Quinto signo: la marca Panzani, siendo muy insistente en la imagen imagen connota que evidentemente trata de una publicidad para edición de este tipo de imágenes de la vida cotidiana, nos educa para saber que se trata de una publicidad con la finalidad de convencernos de que compremos el producto (Uriarte, 2013). Después de enumerar cada uno de los signos que son posibles rastrear en la imagen, sabemos que se trata de mensaje icónico codificado. Para interpretar esos signos, es necesario poner en funcionamiento ciertos conocimientos culturales, ciertas competencias que tengan que ver con el contexto histórico y social del que forma parte aquel que se enfrenta con la imagen. La lectura de una imagen varía de un individuo a otro por los indicios contenidos en la imagen (Uriarte, 2013).

El mensaje denotado o literal, aparece como soporte del **mensaje simbólico connotado**. La distinción entre mensaje denotado y connotado debe ser analítica, ya que al enfrentarnos a una imagen se nos presentan los signos de la

connotación. (Uriarte, 2013) Barthes textualmente lo afirma: “Diremos pues de inmediato que la imagen es denotada, la imagen simbólica connotada. De este modo, estudiaremos sucesivamente el mensaje lingüístico, la imagen denotada y la imagen connotada” (Barthes, 1995:2).

Para ejemplificar los aportes de Barthes a continuación se presenta uno de los memes elegidos anteriormente en los que se descomponen sus elementos de acuerdo con la base teórica de semiólogo, en relación con una de las páginas establecidas en Facebook y una cuenta en Twitter llamada “L@Resistenci@” donde los cibernujetos colectivos produjeron algunos memes. Para una mejor visualización del análisis se dividió en dos partes. En seguida veamos la figura II.9⁴³

⁴³Recuperado el 11 de marzo de 2015 de <http://www.adnpolitico.com/ciudadanos/2013/08/12/fotos-los-memes-sobre-la-reforma-energetica-de-pena-nieto>

Figura II. 9 Meme Lázaro Cárdenas vs. Tío Sam



MENSAJE LINGÜÍSTICO (VERBAL), DENOTADO Y CONNOTADO

Mensaje lingüístico: Compuesta por el texto y las etiquetas en la imagen como son la leyenda “Tú eliges... ¿De que lado estas?”, “Ahora te toca a ti”, “I want your oil”, el hashtag #LaResistenciaSomosTod@s” y #PemexNoSeVende y la etiqueta de la Resistencia, quien creó el meme y se identifica a sí misma con el logo de la república y un puño cerrado en lucha.

Podemos decodificar el mensaje gracias a la lengua española e inglesa principalmente sin olvidar el uso de símbolos como @ y # utilizados en el mundo cibernético de nueva cuenta como etiqueta.



Aspecto denotativo (Anclaje): El logotipo de “L@ Resistenci@” (estamos en nivel lingüístico sólo texto.)

Aspecto connotativo (Relevo): Se requiere saber español y un poco de inglés básico para que por medio de la asonancia se transmita la resistencia a que otra nación como Estados Unidos se apropie del petróleo dicho literalmente con letras que asemejan en su tipografía al viejo oeste de botas y sombreros vaqueros con estrellas de comisario siendo esto lo mas destacable en el nivel del mensaje lingüístico.

Mensaje Denotado: Compuesto de los objetos de la imagen como son el fondo de la imagen izquierda con instalaciones de torres petroleras en el ocaso, con la imagen del expresidente Lázaro Cárdenas vestido con la banda presidencial y señalando al lector. En su contraparte se encuentra un fondo de barras blancas y rojas característico de la bandera de Estados Unidos con la imagen del Tío Sam tal cual se conoce señalando también al lector y rodeado de dólares.

Mensaje connotado: Se divide en cinco signos adaptando el análisis de Barthes.

Primer signo: La forma en que está compuesta la imagen representa LA RESISTENCIA DEL PUEBLO MEXICANO A LA PRIVATIZACIÓN DE SU PETROLEO” y a quien desea apoderarse de ese recurso.

Segundo signo: Los colores en la banda presidencial representan la nación mexicana y el fondo de barras de color blanco con rojo y la estrella blanca del sombrero del Tío Sam representan a la nación Estadounidense (dicha por ellos mismos, nación Americana).

Tercer signo: El conjunto de todos los objetos y personajes transmite la idea de la venta del petróleo a manos extranjeras exigiendo hacer algo para evitarlo.

Cuarto signo: La composición evoca la elección de dos bandos como puede ser el bien y el mal, pero en este caso hacer algo o no hacer nada al respecto de manera intertextual y enciclopédica debido a que es la misma mano en ambos personajes, pero la original del Tío Sam recordando la historia de ambos personajes y los fondos que los acompañan que tienen historia.

Quinto signo: La insistencia de elegir tanto por el texto, como el señalamiento y el logotipo de persuadir a la resistencia de defender un bien nacional como lo es el petróleo.

2.2.3 El meme como texto en la semiótica de la cultura

A partir de los conceptos de semiótica de la cultura y de texto, propuestos por Iuri Lotman (1996), se establecen dos tendencias que se desarrollan a continuación. En la primera tendencia se prioriza la modelización exacta de la cultura que conduce a una metasemiótica, es decir, se considera como objeto de investigación no los textos reales, sino los modelos de los textos, los modelos de los modelos y así continuamente (Lotman, 1996: 53). Siguiendo la terminología Saussureana, se puede decir que el habla es el interés principal del investigador como materialización de las leyes estructurales de la lengua.

En la segunda tendencia se concentra la atención en el funcionamiento del texto real, por lo que de manera natural genera la semiótica de la cultura. Entonces se define esta última como un campo cognitivo que examina la interacción de sistemas semióticos diversamente estructurados, la no uniformidad interna del espacio semiótico, la necesidad del poliglotismo cultural y semiótico. En otras palabras, son los aspectos semióticos que discrepan de la estructura de la lengua, los que pasan a ser objeto de la atención de los investigadores (Lotman, 1996: 53).

En resumen, la primera tendencia está relacionada con la constitución de los modelos de los textos y los modelos de los modelos materializados en las leyes estructurales de la lengua (ejemplo: un hecho social); la segunda tendencia tiene relación con el espacio semiótico dentro del que coinciden otros sistemas semióticos, dándole el carácter dinámico de heterogeneidad semiótica y homogeneidad semiótica, cerrado y abierto (Lotman, 1996: 52).

En el caso del meme que se analiza, la imagen tiene un carácter dinámico ya que se enfrenta la razón de dos personajes emblemáticos respecto del petróleo: Lázaro Cárdenas y el Tío Sam, ambos con la mano señalando, uno al pueblo indicando “ahora te toca a ti defender lo que es tuyo”, y la del tío Sam indicando “quiero tu petróleo”. Lo abierto se ubica en la posición de la mano y lo cerrado en que una vez que se ha construido el meme queda cerrada la producción de sentido, de ahí el carácter dinámico y dialéctico del sistema semiótico lotmaniano, porque en la misma imagen está lo abierto que recibe información y se cierra en el momento en que entra dicha información para generar un nuevo signo.

2.2.4 El meme, urdimbre de poder e ideología

Con respecto a la definición del texto (Lotman, 1996) se debe tener en cuenta ciertos factores que se explican a continuación:

- Los conceptos iniciales del texto, subrayaban su naturaleza unitaria de señal, o la unidad indivisible de sus funciones en cierto contexto cultural.
- La semiótica de la cultura examinó el concepto de texto y se descubrió que, para que un mensaje pueda definirse como “texto”, al menos debe estar codificado como mínimo dos veces, en otras palabras, metalenguaje como ejemplo el mensaje definible como “historiografía” que comparte acontecimientos históricos y del lenguaje natural. Desde la perspectiva lotmaniana, son textos de primer orden.

En relación con el concepto de texto, Lotman señala: “Como se puede suponer, históricamente el enunciado en una lengua natural fue primario, después siguió la conversión del mismo en una fórmula ritualizada, codificada también mediante algún lenguaje secundario, o sea en un texto” (Lotman, 1996:53). En cuanto a los textos de segundo orden, estos son los que articulan dos lenguajes: verbal y de gestos. Entonces el texto de segundo orden que se obtenía, encerraba un resultado en un solo nivel jerárquico, subtextos en lenguajes diversos y no deducibles uno del otro. (Un ejemplo sería la representación dramática o el hecho teatral, la ceremonia, etc.).

El semiótico estoniano dice que “Las complejas colisiones histórico-culturales activan una u otra tendencia. Sin embargo, potencialmente en cada texto artístico ambas están presentes en compleja tensión entre sí” (Lotman, 1996:54). En síntesis, se podría pensar como: Relación autor, texto y lector (emisor/ destinador/ autor, mensaje/texto, receptor/ destinatario/ público lector, espectador.

Lotman considera que el texto debe ser heterogéneo, además de tener capacidad de entrar en complejas relaciones tanto con el contexto cultural circundante, como es el caso de la reforma energética aprobada en 2014, como con el público, en este caso el pueblo mexicano, los tres poderes: el ejecutivo, el legislativo y el judicial, por lo tanto, el meme político cuyo tema es la reforma mencionada constituye un mensaje elemental dirigido del “destinador y al destinatario” (Lotman, 1996:54).

2.2.5 Función socio comunicativa del texto

Al mostrar el texto un estadio de complejidad estructural, muestra propiedades de un dispositivo intelectual, no sólo transmite la información depositada en él desde afuera, también transforma mensajes y produce nuevos mensajes (Lotman, 1996:54). En consecuencia, la función socio-comunicativa del texto se hace compleja que no complicada. Esto es, dicha función se caracteriza por los siguientes procesos: La función socio-comunicativa del texto cumple con las siguientes características:

1. El trato entre destinador y el destinatario. El texto (mensaje del meme: imagen visual, texto verbal, fondo, colores, formas, volumen) cumple la función de un mensaje dirigido del portador de la información a un auditorio-cibersujetos que miran el meme político.
2. El trato entre el auditorio y la tradición cultural. El texto cumple la función de memoria cultural colectiva. Como tal, muestra, por una parte, la capacidad de enriquecerse ininterrumpidamente, y, por otra, la capacidad de actualizar unos aspectos de la información depositada en él y de olvidar otros temporalmente por completo. Veamos el siguiente meme (Figura II.10) y las características de la función socio-comunicativa del texto (Lotman, 1996:54).

Figura II. 10 Meme: Peña Nieto-Las Reformas



Este meme (Figura II.10⁴⁴) ha cumplido al ser hecho un texto y mensaje de un portador de la información de las reformas (conteniendo en sí: imagen visual, texto verbal, fondo, colores, formas, volumen) y a la vez dirigido a un auditorio extenso, en este caso se trata de un *Twitter*. Hablando de memoria cultural colectiva, representa el universo de las reformas dentro del sexenio de Enrique Peña Nieto, en la mente de los mexicanos quienes entienden una suposición en el mensaje del productor del meme al decir: cobrar incluso por el aire que respiran.

Por otra parte, el mensaje podría cambiar y actualizarlo quizás no con una amenaza, sino con humor para ridiculizar la imagen presidencial (sin cambiar la imagen anterior) como por ejemplo cambiar el mensaje de letras blancas al siguiente: “Carajo, ese clavadista Robben⁴⁵ acaba de salvar a México. Ahora igual y si la gente pela las reformas”. De esta manera el gesto y la postura de EPN podrían coincidir al estar pensativo con este mensaje. Pero también puede seguir enriqueciéndose en otra imagen con otro mensaje y ser igualmente válida, veamos la figura II.11⁴⁶:

Figura II. 11 Meme: Peña Nieto-Reforma energética



⁴⁴Imagen recuperada el 12 de marzo de 2015 de la página <http://www.adnpolitico.com/ciudadanos/2013/08/12/fotos-los-memes-sobre-la-reforma-energetica-de-pena-nieto> (imagen 9 en el selector carrusel).

⁴⁵Arjen Robben, jugador seleccionado de Países Bajos (Holanda) equipo que se enfrentó a la selección mexicana en la ronda de octavos de final. Gracias a una polémica jugada, en la que no se tuvo certeza de haberse tirado un clavado en el área penal, el árbitro marcó penalti a favor en el minuto 94 eliminando así por el marcador de 2-1 a México en el mundial de Brasil 2014. Se crearon muchos memes a raíz de esta polémica y se utilizó el hashtag #noerapenal por tiempo indefinido a partir de finalizar el partido en las redes sociales.

⁴⁶Imagen recuperada el 12 de marzo de 2015 en la página: <http://www.memegen.es/meme/cj968g> (realizada por un sujeto colectivo anónimo)

3. El trato del lector consigo mismo. El texto actualiza determinados aspectos de la personalidad del propio destinatario. En el curso de ese trato del receptor de la información consigo mismo, el texto interviene en el papel de mediador que ayuda a la reestructuración de la personalidad del lector, al cambio de auto orientación estructurada de la misma y del grado de su vínculo con las construcciones metaculturales (Lotman, 1996:54).

Figura II. 12 Meme: Peña Nieto-Democracia



En este ejemplo (figura II.12⁴⁷), se invita al lector a reflexionar consigo mismo y con ello pueda reestructurar su forma de pensar, respecto a los hechos. Es decir, “oficialmente” la democracia para el pueblo reside en el sufragio cada 6 años para elegir Presidente de la República Mexicana, no para propuestas en este caso de las reformas estructurales que propone el Ejecutivo, eso le concierne únicamente al congreso. Además, el meme surgió para mostrar el intento de censura en internet según rumores acerca de la reforma de Telecomunicaciones y sus implicaciones.

4. El trato del lector con el texto. Al manifestar propiedades intelectuales, el texto altamente organizado deja de ser un mero mediador en el acto de la comunicación. Deviene un interlocutor de iguales derechos que posee un alto grado de autonomía. Tanto para el autor (el destinador) como para el lector

⁴⁷Imagen recuperada el 12 de marzo de 2015 en la página:
<https://lacolumnamx.wordpress.com/2014/04/21/consecuencias-de-la-censura-de-internet-en-mexico-epnvsinternet/>

(el destinatario), puede actuar como una formación intelectual independiente que desempeña un papel activo e independiente en el diálogo. Resulta que desde este punto de vista la antigua metáfora <<platicar con el libro>> está llena de profundo sentido (Lotman, 1996:55).

Figura II. 13
Meme: Quico-Reformas energética



Figura II.14
Memes: Televisa



En estos ejemplos (Figura II.13⁴⁸) y (Figura II.14⁴⁹), se puede dialogar y cuestionar de forma independiente a lo que dice el mensaje, ya que puede tanto autor como lector platicar con el meme y darle sentido.

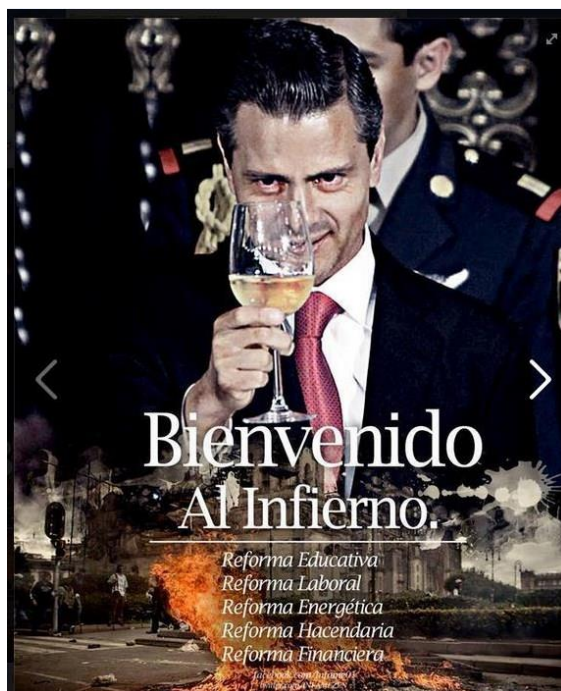
5. El trato entre el texto y el contexto cultural. Las relaciones del texto con el contexto cultural pueden tener un carácter metafórico, cuando el texto es percibido como sustituto de todo el contexto, el cual desde determinado punto de vista es equivalente, o también un carácter metonímico, cuando el texto representa el contexto como una parte que representa el todo. El contexto cultural es un fenómeno complejo y heterogéneo, un mismo texto puede entrar

⁴⁸Imagen recuperada el 12 de marzo de 2015 en la página:
<http://www.generadormemes.com/personaje/quico1/1> (realizada por un sujeto colectivo anónimo)

⁴⁹Imagen recuperada el 12 de marzo de 2015 en la página:
<http://www.subdivx.com/X12X112X165195X0X0X1X-la-reforma-energetica-explicada-con-memes.html>
(realizada por un sujeto colectivo anónimo y expuesta en un foro)

en diversas relaciones con las diversas estructuras de los distintos niveles del mismo (Lotman, 1996:55).

Figura II. 15 Meme: Peña Nieto-film *El Infierno*



En este ejemplo (Figura II.14⁵⁰), el contexto se da previamente a la aprobación de las reformas estructurales, en un ambiente de violencia en el país (narcotráfico y crimen organizado en México), sustentando el mensaje en el título de la película “El infierno”⁵¹ haciendo una metáfora y enlazando directamente con las reformas como una especie de holocausto hacia el pueblo mexicano no solamente de violencia sino de la estructura social y modo de vivir. Más adelante se realiza un análisis pormenorizado de esta imagen como texto semiótico complejo.

Para Lotman, “el texto, al volverse semejante a un macrocosmos cultural, deviene más importante que sí mismo y adquiere rasgos de un modelo de la cultura y, por otra, tiende a realizar una conducta independiente, al volverse semejante a

⁵⁰Imagen recuperada el 30 de agosto de 2014 en: <https://www.facebook.com/Ni-un-voto-al-PRI-155334687911877/> (“Ni un voto al PRI” página de Facebook.

⁵¹“El infierno” (película 2010) Película mexicana escrita, producida y dirigida por Luís Estrada, protagonizada por Damián Alcázar, Joaquín Cosío, Ernesto Gómez Cruz, María Rojo, Elizabeth Cervantes y Daniel Giménez Cacho. Cinta referente a la problemática del narcotráfico y crimen organizado en México.

una persona autónoma”. (Lotman, 1996:55). Por último, Lotman define el texto: “Como un complejo dispositivo que guarda variados códigos, capaz de transformar los mensajes recibidos y de generar nuevos mensajes, un generador informacional que posee rasgos de una persona con un intelecto altamente desarrollado” (Lotman, 1996:56).

**Figura II. 16 Meme: Peña Nieto-
film *El Infierno 2***



De nueva cuenta, en este ejemplo se puede apreciar lo complejo del dispositivo, que guarda varios códigos y cumple con lo dicho por el semiotista estoniano Lotman (1996), “transforma los mensajes recibidos y genera nuevos mensajes”, definitivamente es un generador informacional y muestra rasgos de una persona con un alto intelecto, se explica a continuación el por qué:

El texto entreteje un mensaje escrito entre las diferentes reformas propuestas por el ejecutivo en una resignación de bienvenida al infierno (de connotación variada). En lo visual, las fotografías son reales y corresponden a eventos de diferentes fechas, el brindis fue el 27 de septiembre de 2013 y debajo el desalojo a los maestros el 13 de septiembre del mismo año. Se realizó un tejido de fotos (Intertextualidad) de la visita del primer ministro de Suecia Frederik Reinfeldt en un brindis y debajo el desalojo de maestros pocos días antes de su visita, ya que llegarían a Palacio Nacional a efectuar la reunión. Junto al mensaje publicado en diciembre el tema de las reformas estaba en boca de todos y la connotación social

se hizo evidente. Hay una producción de sentido ideológico y del poder. Ideológico de quienes realizan la caricatura o el meme y de quienes los reciben y lo comparten y le dan “me gusta” y de poder porque los memes circulan transversalmente a través de las redes sociales no solo en México, sino planetariamente.

2.2.6 El texto como tejido

El meme (Figura II.17⁵²) es un texto en el sentido de que en él se tejen varios códigos como el lingüístico, el visual: el color, la forma, el volumen y la cultura. En el meme observamos dos culturas o más, así como también diferentes épocas históricas. En primer lugar, la cultura política hegemónica mexicana ha pasado por varias etapas como ya lo hemos mencionado arriba. Los tiempos presentes son completamente opuestos a los de ahora, haciendo un contraste sobre todo en la expropiación, los bienes de la nación y prepararse para el futuro era la prioridad, sin embargo, en la actualidad es todo lo contrario, es más importante ofrecer los bienes de la nación a la inversión privada, aunque la figura presidencial niegue que se trate de privatización, y que los privilegios para las multinacionales sea lo de hoy.

Por otro lado, la cultura norteamericana, muestra su poder militar en el meme del tío Sam, señalando con el dedo al lector y agresivamente da a entender que continuará colonizando como lo hace en la imagen y su objetivo es todo el petróleo mexicano, de ahí que la frase “el petróleo es de los mexicanos” pierda sentido ante lo aplastante de su actitud colonizadora. Muestra señales de patriotismo norteamericano con colores rojo y blanco en barras al fondo, es decir la bandera, símbolo emblemático norteamericano, así como la vestimenta, las actitudes mostradas tanto en la mano como en los rasgos faciales son características propias de los gobernantes norteamericanos. Todos los elementos constituyen una urdimbre de poder y política que adquiere sentido en los contextos actuales de los memes, obsérvese la figura II.17 que de manera gráfica se presenta a continuación:

⁵²Recuperado el 11 de marzo de 2015 de <http://www.adnpolitico.com/ciudadanos/2013/08/12/fotos-los-memes-sobre-la-reforma-energetica-de-pena-nieto>

Figura II. 17 Meme: #LaResistenciaSomosTod@s



El análisis semiótico-discursivo se hace de acuerdo con los textos visuales y textos verbales. En primer lugar, el tipo de vestimenta que diferencia a cada uno de los personajes emblemáticos de cada país en torno a la reforma energética. Le siguen los textos verbales o mensajes, tipografía, Hashtags, logotipos y toda la composición de las imágenes.

En relación con el color de vestimenta: El expresidente de México, Lázaro Cárdenas a la izquierda, se distingue porque porta traje de vestir de presidente y la banda presidencial con los colores de la bandera: rojo, verde y blanco. A la derecha, se encuentra el tío Sam vestido con traje de colores representativos de la bandera de Estados Unidos: Azul, blanco y rojo, pero añade el detalle de las estrellas en el sombrero.

Mensajes: Entreteje dos lenguas: español e inglés. Da el llamado a elegir entre el deber de defensa del patrimonio nacional o someterse a la inversión privada. Fondo: Lado izquierdo muestra en sepia la infraestructura para extraer el petróleo aludiendo a PEMEX. Por el contrario, del lado derecho, aparecen las barras rojas y blancas con dólares que caen alrededor aludiendo al poder capital para obtener lo que quieren como nación. En el mensaje de Lázaro Cárdenas con la mano señalando al pueblo mexicano, se refiere que como a él le toco en 1939 nacionalizar el petróleo como bien de la nación, ahora al pueblo le toca defender su bien patrimonial. Mientras que el personaje emblemático norteamericano, solo quiere decir “quiero tu petróleo.”

Tipografía: Hay una gran diferencia entre ambos frentes: en el izquierdo las letras se notan nacionalistas por el verde con contorno blanco para México lo que denota la mexicanidad. Del lado derecho las letras hacen alusión al poster legendario de “*Wanted*” en el salvaje oeste por la forma de las letras son parecidas a botas de vaquero y a las estrellas del sheriff y de color azul claro integrándose con el fondo para mantener los colores de la bandera de E. U. La tipografía de otros elementos se muestra neutral en blanco.

Hashtags: Las etiquetas para su difusión en redes sociales, en especial Twitter y Facebook, en su caso, contienen cierta compatibilidad con estos en la actualidad. Da un mensaje de resistencia e invita a integrarse a dicho movimiento.

Logotipo: Identifica a quienes editaron el producto final, los cibersujetos colectivos, que utilizaron sus conocimientos de edición gráfica y de ironía al presentar dos caras de una misma moneda.

Personajes: Son dos referentes históricos, uno para México como presidente defensor y otro, un personaje adaptado a la imagen del imperio “todo poderoso” de Estados Unidos.

Marco negro: Aunque parezca simple, es una manera de llamar la atención del espectador como si remarcara la imagen sobre algo muy importante.

2.2.7 Memoria de la cultura

Para llegar a la memoria de la cultura, es pertinente antes dar a conocer los siguientes conceptos:

1. La cultura: es una inteligencia y memoria colectiva. Un mecanismo supra-individual de conservación y transmisión de ciertos comunicados y de elaboración de otros nuevos.
2. El espacio de la cultura: es el espacio de cierta memoria común, espacio dentro de sus límites, algunos textos comunes pueden conservarse y ser actualizados.

Conforme a la teoría lotmaniana, la actualización de los textos se da gracias a su contexto, con toda la variancia de las interpretaciones, la cualidad de ser idéntico a sí mismo. La memoria común para el espacio de la cultura se asegura por:

- 2 La presencia de algunos textos constantes y
- 3 La unidad de los códigos o por su invariancia, o por el carácter ininterrumpido y regular de su transformación.
- 4 La memoria de la cultura, supone la presencia de “dialectos de la memoria” parciales que corresponden a la organización interna de las colectividades que constituyen el mundo de la cultura dada (Lotman,1983:157).

El volumen de la memoria está en el auditorio —interlocutores/lectores— (Lotman, 1983:158), el cual se construye a través de los memes políticos.

Reflexiones

La fundación de PEMEX y los sujetos presidenciales que han moldeado la historia de esa institución cada sexenio cobra importancia. A partir del sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado, la empresa estatal se fue reconfigurando de manera paulatina hasta llegar a estos tiempos del siglo XXI, para ver y vivir los resultados que se sintetizan en lo que se conoce como privatización.

El meme sobre la Reforma Energética sintetiza dos hechos importantes para la historia de México: la expropiación petrolera decretada el 18 de marzo de 1938, por el entonces presidente de México, Lázaro Cárdenas del Río —pasado histórico— con la Reforma Energética propuesta por el actual presidente de México, Enrique Peña Nieto —presente histórico— y declarada constitucional el 18 de diciembre de 2013, lo que significa un enmascaramiento discursivo, pues en realidad se trata de una ‘privatización petrolera’. Pasaron 75 años desde la expropiación petrolera en manos extranjeras, para que de nueva cuenta se le regresara el manejo del oro negro a extranjeros.

El mayor auge de Petróleos Mexicanos fue en el sexenio de Vicente Fox Quezada (2000-2006). Para 2005, se estaban produciendo 1.216.672 MB⁵³ de crudo. En 2013 la producción anual estaba en 45, 530 MB⁵⁴, cifra muy similar al

⁵³ MB= Millones de Barriles anuales. Véase anexos al final de este documento.

⁵⁴ Dato obtenido de Anuario Estadístico de PEMEX, recuperado el 27 de mayo de 2016 en: http://www.pemex.com/ri/Publicaciones/Anuario%20Estadistico%20Archivos/anuario-estadistico-2013_131014.pdf

periodo presidencial de Manuel Ávila Camacho (1940-1946), en 1945 se estaban produciendo 43,543 MB.

La revisión histórica a partir de la expropiación petrolera hasta 2013, permitió analizar el proceso por el cual ha pasado la industria petrolera y comprender mucho mejor las condiciones de producción de memes respecto de la Reforma Energética.

El estudio de los memes, no es frívolo, pues conduce al analista a investigar en los archivos históricos y con ello recordar la memoria histórica, en consecuencia, el meme es un documento histórico y fuente de información.

El meme puede ser muy complejo si el cibersujeto colectivo se lo propone en su planteamiento, porque es capaz de crear un mensaje verbo-visual codificado y a la vez decodificable para la cultura a la que va dirigida. Una condición *sine qua non* tanto de la caricatura tradicional como del meme es que el sujeto espectador comparta del mismo conocimiento del contexto socio-político-cultural e histórico del mensaje.

El análisis de los memes desde la semiótica visual y de la cultura ayudó en gran medida a comprenderlos como textos culturales verbo-visuales a través de los cuales se comunica todo un complejo contexto socio-cultural-político-económico-ideológico que subyace en la producción memética.

Para responder a las preguntas formuladas en este segundo capítulo: ¿Por qué retomar un tema de principios del siglo pasado? Y ¿Cómo y quiénes difunden el contenido de los memes políticos en las redes sociales sin restricciones legales? En síntesis, se logró:

1. Recuperar la información relacionada con las condiciones de producción económica-petrolera y comprender a fondo el fenómeno de la Reforma Energética.
2. A partir del análisis semiótico-discursivo se obtuvo la siguiente información: los memes son textos en el sentido de que son una conformación de urdimbres de variados códigos: visuales, verbales, ideológicos-culturales-históricos; colores, fondos, personajes, tipografías, vestimentas, símbolos patrios, logotipo, lenguaje corporal, frases, idiomas. También están los símbolos informáticos como hashtags. Todo este entramado configura el texto como un complejo dispositivo que guarda variados códigos, capaz de transformar los mensajes recibidos y de

generar nuevos mensajes, un generador informacional que posee rasgos de una persona con un intelecto altamente desarrollado (Lotman, 1996).

3. Los mecanismos de difusión de hardware de los memes políticos tienen una amplia variedad de alcance, es decir, todo aquel dispositivo digital que permita al internauta conectarse a internet, tiene automáticamente acceso a las redes sociales y estos dispositivos son: computadora de escritorio, laptops, tablets, smartphones, etc. Ahora, si hablamos de software, las redes sociales permiten a estos dispositivos entrar a esa red que comparte a todo aquel que crea una cuenta y accesa al medio, creando su propia red personalizada con “amigos” (Facebook), “seguir” (Twitter) lo cual permite ampliar su alcance de navegación en el vasto mundo de las redes sociales y esto permite a los internautas compartir, expresar su gusto por publicaciones siendo estos la base de la viralización de contenidos virtuales
4. Los cibercaricaturistas como cibernsujetos colectivos por su habilidad y conocimientos sobre programas de manipulación gráfica producen los memes políticos, por lo tanto no tienen restricciones legales de difusión como los medios convencionales de comunicación, ya que no se cuenta con legislación que lo impida, así goza de libertad de expresión, sin olvidar que jamás revelan sus nombres reales y optan por colocar frases como: “Ni un voto al pri”, “chistes de peña nieto”, “memes políticos” de esta forma no revelan su identidad, y su anonimato permite que no haya persecución.

Capítulo III

El cibertexto-meme-político: procesos de comunicación, poder e ideología

Introducción

Este capítulo se refiere al análisis de los memes y sus componentes: los productores, los contenidos y los consumidores, para lo cual el estudio se apoya en las categorías de algunos teóricos de la comunicación. En primer lugar, se toma en cuenta la codificación/decodificación, propuesta de Stuart Hall, Morley y Thompson, a fin de identificar la forma en que los ciber-caricaturistas codifican las acciones de los personajes políticos, y cómo decodifican los cibernautas al replicar los memes, con base en los planteamientos teórico-metodológicos de Hall y de Barthes, en cuanto a la denotación y connotación. De Martín Barbero retomamos las mediaciones.

Enseguida se examinan los memes de acuerdo con la teoría de la subjetividad, especialmente con la categoría del sujeto semiótico-visual y de texto verbo-visual propuesta de Sánchez Guevara (2005, 2008, 2015). Como resultado del análisis diseña el nuevo modelo de comunicación explosivo.

El objetivo particular de este capítulo es: identificar el impacto de la producción de los memes políticos en estas redes sociales, de acuerdo con la participación de los internautas. La pregunta de investigación a responder es: ¿Qué tanto impacto han tenido los memes políticos en las redes sociales?

3.1 Cibernautas⁵⁵ y memes⁵⁶ políticos: codificación/decodificación

Para analizar los “Memes políticos” como un tipo especial de caricaturización de las figuras de la vida política, es necesario, en primer lugar, considerar los elementos de la comunicación: Emisor-Mensaje-Interlocutores, el código, el contexto, la retroalimentación y el canal. A partir de estos elementos del modelo ortodoxo de la comunicación sugerimos modificaciones que resultaron de las reflexiones sostenidas entre mi directora de tesis y yo para desarrollar y analizar el tema de investigación referidos a los ambientes virtuales, a partir de los cuales el lenguaje se modifica y por lo tanto surgen nuevos conceptos, incluso en la manera de concebir la comunicación entre los sujetos.

En el caso de los memes políticos, consideramos a la persona o conjunto de personas que crean el meme político como un “sujeto-emisor colectivo” (Sánchez Guevara, 2005). Es un Sujeto porque es una entidad compleja que está constituida por su contexto familiar, social, cultural, educativo, político, económico, psicológico, entre otros aspectos que configuran a la persona como sujeto. Al respecto, Sánchez Guevara (2005) ha hecho una revisión exhaustiva sobre el estudio de la subjetividad. La autora señala que la subjetividad “atravesada muchas disciplinas con diferentes enfoques” en la lingüística Benveniste (1966) aporta la categoría de sujeto de la enunciación y sus huellas en el discurso y C. Kebrat Orecchioni (1980) propone el sujeto lingüístico como “nosotros exclusivo e inclusivo”; en la psicología y en el psicoanálisis Braunstein (1986) estudia el sujeto referente y psicoanalítico; en la sociología y el análisis del discurso Pêcheux (1969), Althusser (1970), Foucault (1988), Regine Robin (1973) y Haidar (1994) trabajan el sujeto del discurso. En las prácticas semiótico-discursivas y en la semiótica de la cultura, Lotman (1996) propone el sujeto como auditorio; y en este mismo sentido, Sánchez Guevara (1999) aporta la categoría de sujeto semiótico-visual (2005: 216).

En este orden de ideas, el creador del meme político es un sujeto colectivo del “contra-discurso” el cual definimos en términos de la contracultura, como aquel

⁵⁵Cibernautas término que se refiere a los usuarios que navegan por la red, a través de un dispositivo como celulares, tablets, laptops o computadoras de escritorio.

⁵⁶Memes son la realidad cotidiana del usuario de la red, donde los crean, los consumen y los reproducen constantemente. Puede ser un video, imagen, página web, hashtag o hasta una palabra o frase.

discurso que se opone al hegemónico. Se trata de un sujeto con conciencia política, que se da cuenta de su precaria situación económica y también de la precaria situación política en la que vive. El creador del meme político es un sujeto-enunciador-discursivo y también un sujeto semiótico-visual que, Sánchez Guevara (2008) lo define así:

El sujeto semiótico-visual es representado ya sea por medio de la plástica, de la escultura, de la fotografía, del vídeo, de los mensajes cibernéticos, e incluso, cuando se le describe como retrato hablado. Esta forma de reproducir al sujeto responde a tres ópticas: la formación imaginaria de quien lo describe, la de quien lo dibuja o lo representa, así como la de sí mismo. La construcción del sujeto semiótico-visual se realiza a partir de un entramado de creencias filosóficas, psicológicas, religiosas, políticas y sociales, tanto de la percepción de sí mismo como en la percepción del otro, sea este, pintor, escultor, o receptor en general de su imagen (Sánchez Guevara, 2008: 478).

Hasta este momento únicamente hemos definido al creador como un sujeto individual, pero en realidad se trata de un sujeto colectivo constituido por:

- 1) el sujeto que toma la fotografía del personaje de la política mexicana
- 2) el sujeto que retoma la fotografía para, con las técnicas del *Photoshop*, arreglar la imagen visual y acomodar la cara o el cuerpo del personaje a ciertas circunstancias sociales, históricas, políticas a fin de ridiculizarlo y, como señala Sánchez Guevara (2012) “el funcionamiento retórico permite desenmascarar los discursos enmascaradores de los políticos”. En otras palabras, el sujeto-emisor identifica la fotografía o imagen visual del personaje, la transforma y al hacerlo construye un nuevo Mensaje.

El Meme está constituido por dos mensajes: el visual y el verbal. El visual se constituye por lenguaje corporal y facial: la forma de pararse: erguido, jorobado, sonriente, serio, espantado, asombrado, alegre, feliz, actitudes que dan cuenta de las emociones de los personajes retratados. El tipo de indumentaria y el contexto en donde es fotografiado. El mensaje verbal es construido por los caricaturistas de memes y es expresado en los globos lingüísticos. Este mensaje verbal retoma lo dicho por el personaje y se actualiza con frases históricas, sociales o bien se refuerza el mensaje dicho por el personaje, como lo veremos más adelante. Los mensajes son recibidos por un nuevo tipo de interlocutor.

El interlocutor (Kerbrat-Orecchioni, 1980, citada en Sánchez Guevara, 1995) no es pasivo, por el contrario, en el caso de esta investigación, los receptores, interlocutores o “cibernautas” están interactuando los unos con los otros, añadiendo mensajes al meme político y haciéndolos circular por el ciberespacio, provocando una explosión cultural (Lotman, 1996:19). Los cibernautas al darles “like”⁵⁷ o “compartidas” los mensajes se vuelven virales⁵⁸ porque son contagiados⁵⁹ a otras redes⁶⁰ en una cadena de signos y de emociones hacia el infinito.

Hasta este momento hemos hablado de emisor como un sujeto de discurso, en otras palabras, es un sujeto colectivo enunciador-discursivo, porque enuncia, dice lo que piensa y desea denunciar. Sin embargo, a partir de este momento solo vamos a utilizar el concepto de “cibernauta”⁶¹ que implica un sujeto emisor colectivo, un sujeto enunciador-discursivo colectivo. ¿Por qué cibernauta? Porque es la categoría *ad hoc* en los ambientes virtuales⁶², además, como lo hemos mencionado arriba, el cibernauta recupera la fotografía, que otro sujeto ha tomado, para modificarla y resignificarla en el espacio virtual⁶³ o ciber-espacio, dicho espacio cambia completamente la interacción con los otros cibernautas. De esta manera podemos definir **cibernauta colectivo anónimo** como el creador de los **Memes**, el cual es interlocutor-emisor-receptos e interlocutor-receptor-emisor a la vez, se trata de un sujeto complejo porque es emisor y receptor a la vez. En este sentido, los cibernautas deben compartir el mismo código, quienes en la **codificación** al mismo tiempo codifican y decodifican, y envían el mensaje (Hall, 1972; Thompson, 1998:64; Morley, 1996:11), en el mismo contexto y en canales similares, pueden ser reenviados por diversos soportes técnicos como una computadora, un celular o móvil, una *tablet*, una *laptop*, etcétera. De tal manera que el meme político sea retroalimentado y (re) circulado, a través de las redes sociales mediante los soportes

⁵⁷Like en el lenguaje cibernético significa: Me gusta y se utiliza para representar el agrado general de la publicación en una red social.

⁵⁸Viral en el lenguaje cibernético significa: Que se propaga sin control entre usuarios al mismo tiempo.

⁵⁹“Contagiados” en el lenguaje cibernético significa:

⁶⁰Una red significa una comunidad como foros virtuales, las redes sociales como *Facebook* o *Twitter* que contienen una gran cantidad de usuarios.

⁶¹El cibernauta se define como cualquier usuario que tiene acceso a internet y navega por esta red.

⁶²Un ambiente virtual se define como el medio en el cual se realizan simulaciones de actividades que encontramos en la vida cotidiana, con el propósito de llevarlas a un ambiente controlado.

⁶³El espacio virtual o *ciber-espacio* se define como el ámbito artificial creado por medios informáticos.

técnico-electrónicos antes mencionados. La interacción de los cibernautas es virtual, por lo tanto, no es necesario que se conozcan físicamente. Los elementos de la comunicación están estrechamente interrelacionados en el ciberespacio construyendo una relación como se muestra gráficamente en la figura III. 1

Figura III. 1 Modelo de la “Ciber-comunicación explosiva”

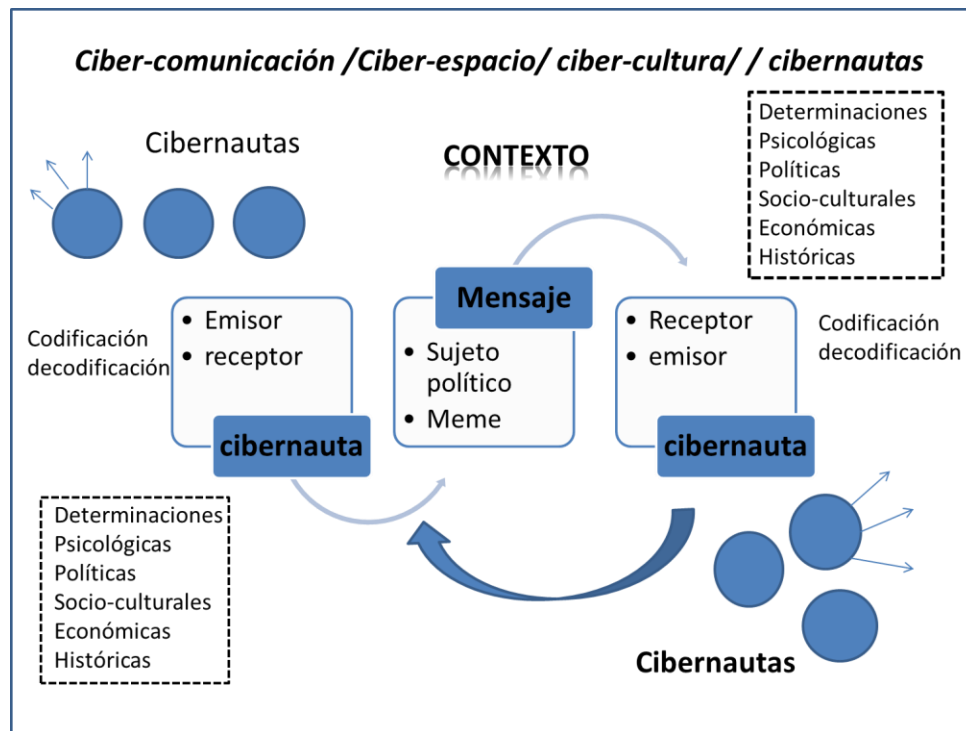


Diagrama elaborado por Sánchez Guevara (2015), con datos de Chan (2015)

3.1.1 Los memes políticos: denotación/connotación

Para analizar los memes políticos, en primer lugar, nos acercamos a las definiciones de connotación y denotación que forman parte de este sistema, al respecto, Stuart Hall define así:

El término “**denotación**” es equiparable *grosso modo* al sentido literal de un signo: porque su conocimiento es casi universalmente reconocido, especialmente cuando el discurso visual está siendo empleado, la “denotación” *ha sido frecuentemente confundida con la transcripción de la “realidad” en el lenguaje*⁶⁴. La “**connotación**”, por otro lado, es empleada simplemente para referirse a los significados asociativos, menos fijos y por ende más convencionales e intercambiables, que claramente varían de una

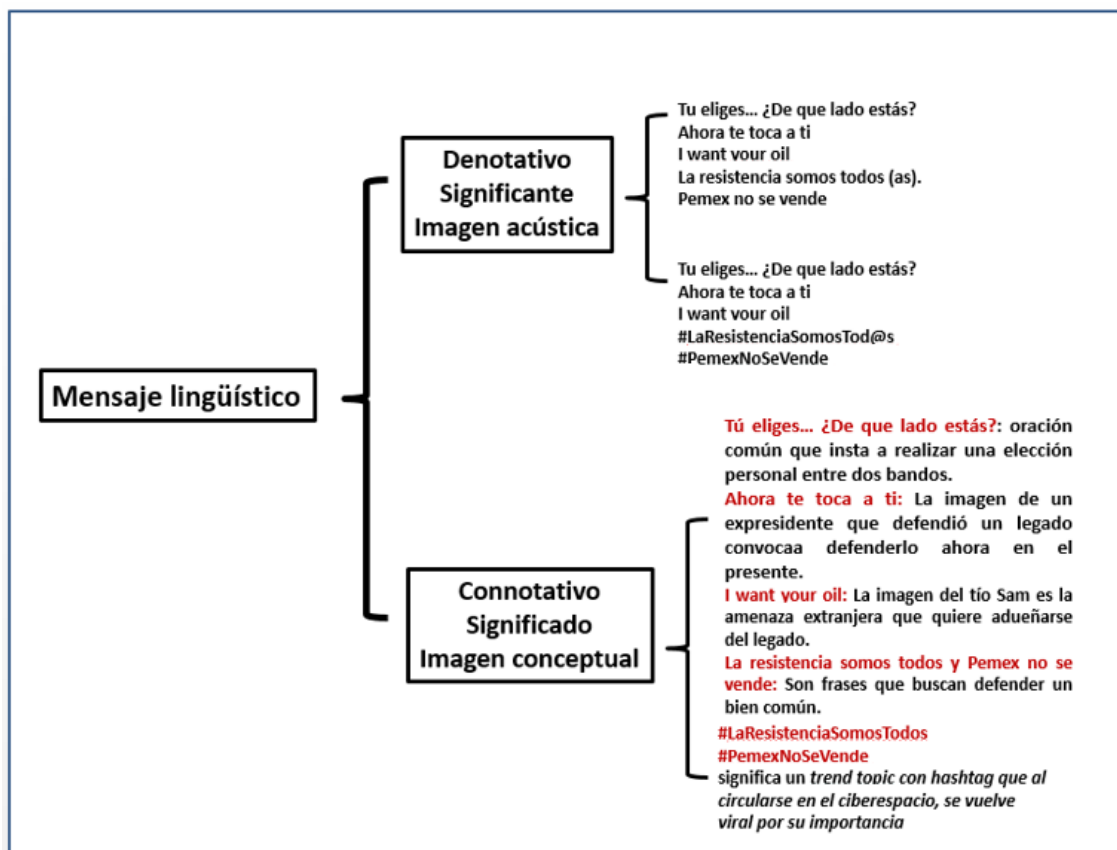
⁶⁴Subrayado nuestro

instancia a otra y por lo tanto no deben depender de la intervención de códigos (Hall, 1972: 8).

De acuerdo con lo que menciona Stuart Hall, retomamos al semiólogo Roland Barthes (1986), quien aborda la semiótica de la función-signo para explicar la producción de semiosis o sentido de lo que supuestamente tiene utilidad en la imagen visual. Este autor propone tres tipos de mensajes: el lingüístico, el denotativo y el connotativo (Barthes, 1986: 31). El mensaje lingüístico se compone de dos elementos: la denotación o en términos de Saussure (1945:40) significante o imagen acústica, es decir lo que se escucha; y la connotación o imagen conceptual, corresponde a la producción de sentido de lo que se escucha y la interpretación que hace quien escucha.

Por lo tanto, la denotación tanto para Hall (1972) como para Barthes (1986) se trata de una traducción de la realidad, pues esta, al ser descrita mediante el lenguaje, implica una traducción de esa realidad desde el punto de vista del sujeto y de sus condiciones que determinan su pensamiento. Estas condiciones pueden ser: la situación socio-económica, cultural, política, religiosa, ideológica, incluso el espacio-tiempo en el que habita. (Morley, 1996; Barbero, 1987).

Figura III. 2 Denotación/connotación: Mensaje lingüístico



Cuadro de elaboración propia con elementos de Roland Barthes

En el cuadro anterior observamos los mensajes lingüísticos “Tú eliges... ¿De qué lado estás?”, “Ahora te toca a ti”, “I want your oil”, “La resistencia somos todos(as)” y “Pemex no se vende” dicho así, las frases utilizadas y las dos que tienen el signo de número corresponden a los *hashtags* #⁶⁵. Se refiere a oraciones simples: unas afirmativas como: *tú eliges...ahora te toca a ti...la resistencia somos todos/as...Pemex no se vende*; y una oración interrogativa: *¿de qué lado estás?* Cualquier persona puede enunciar, al sentirse comprometida en el deber de defender un legado nacional que ya había sido defendido de manera exitosa y patriótica en el pasado y confrontarlo con la frase del “invasor extranjero” con “*I want your oil*” por su traducción del inglés al español como “quiero tu petróleo”.

⁶⁵Hashtags# es un término construido por Criss Messina (desarrollador web estadounidense) quien el 23 de agosto de 2007 escribió un tweet en el que propuso usar el símbolo # para agrupar contenido social. De ahí se desprenden los trendingtopics o temas del momento que marcan la actualidad de sucesos históricos o populares.

Cuando se escribe *#LaResistenciaSomosTodos* y *#PemexNoSeVende* inmediatamente quienes poseen la cultura de este tipo de lenguajes virtuales y del político ven la escritura codifican y decodifican el *hashtag*, el cual circula por el ciberespacio, en este sentido los cibernautas comprenden el nuevo lenguaje virtual⁶⁶.

El mensaje visual también comparte los elementos denotativos y connotativos. Al respecto es importante tener en claro que la semilla de un meme es sembrada en la mente del cibernauta creativo, quien logra germinar la idea para comenzar a significar el mensaje, conforme a su idiosincrasia y la adapta a un imaginario colectivo a fin de ser comprendido por los demás cibernautas. Un claro ejemplo puede ser el descontento social por las reformas estructurales promovidas por el poder ejecutivo, y aprobadas por el poder legislativo, como la energética.

Esta reforma entre otras, generó descontento en el colectivo social, al tener sospecha de la privatización del “oro negro” y realmente no se obtuvieran los beneficios prometidos por los poderes mencionados, y se vieran reflejados en el bolsillo de la sociedad, por ejemplo, en baja del precio de gasolina o luz. Otras reformas son la de telecomunicaciones, la hacendaria / fiscal que contiene todo tipo de impuestos, incluso la reforma educativa. Todo este tejido de reformas económicas, políticas, sociales y educativas, provocó descontento en buena parte de la sociedad mexicana.

En este contexto socio-cultural, político, económico, histórico e incluso psicológico, emergen los ciber-caricaturistas quienes con una mente creativa e informada construyen una variedad de memes a través de los cuales, unas veces ridiculizan, otras, ironizan la situación crítica de México.

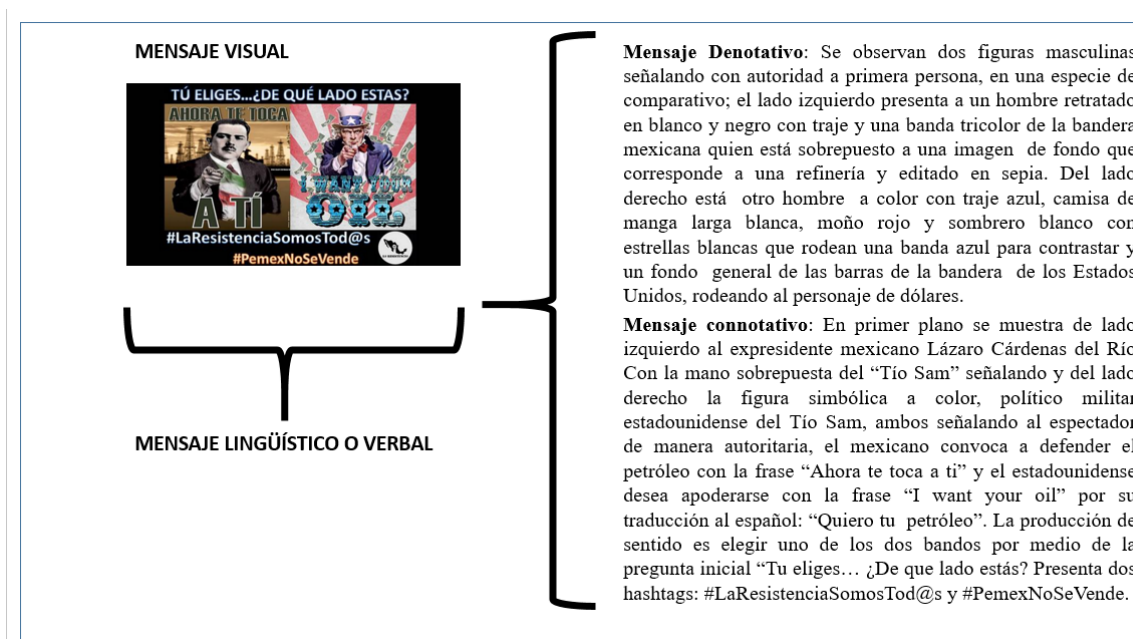
En su momento, los *trendingtopics*⁶⁷ se crean y vagan infinitamente en el universo cibernético de las redes sociales, en ocasiones de alta popularidad utilizan un símbolo conocido como *hashtag* o # (en este caso, **#LaResistenciaSomosTod@sy#PemexNoSeVende**) que la sociedad virtual

⁶⁶Lenguaje virtual se refiere a la forma abreviada de escribir las palabras en mensajes (chat o SMS) para que resulte más corto y rápido.

⁶⁷*Trendingtopic* se refiere al tema del momento que se debate en redes sociales, se puede localizar generalmente en Twitter al colocar una palabra o frase en el buscador donde el resultado son publicaciones que contienen esa palabra con ayuda del *hashtag* o símbolo # con el fin de su localización en forma de índice.

populariza. En la siguiente figura se analiza el meme creado por el cibercaturista (Figura III.3 mensaje verbo-visual⁶⁸). Se observa la figura de Lázaro Cárdenas, quien expropia el petróleo en su momento histórico tanto para él como para el pueblo mexicano, y la figura del Tío Sam, a quien se le asigna el enunciado: *I want your oil*, que en realidad siempre ha sido así.

Figura III. 3 Mensaje verbo-visual: denotación/connotación



Cuadro de elaboración propia con base en elementos de Roland Barthes.

El mensaje denotativo de la imagen visual traduce la escena de dos hombres diferentes: uno mexicano y otro norteamericano, exigiendo una demanda, al señalar y mirar al espectador, en otras palabras, en actitud apelativa a la población mexicana. Desde esta perspectiva, se infiere que ambas figuras exigen lo mismo, pero de manera contraria. En primer lugar, el meme inicia con un enunciado que dice: Tú eliges... ¿De qué lado estás?, abarca las dos imágenes de Cárdenas y del Tío Sam. Es un enunciado apelativo afirmativo y apelativo interrogativo. Se ancla a la posición de las dos imágenes: Las manos en posición de señalamiento hacia el

⁶⁸Categoría propuesta por Guevara (2005)

público que mira a ambas figuras históricas, también es un enunciado visual apelativo, uno señala al pueblo mexicano aludiendo, señalando, apelando que le toca defender el petróleo. El otro solo señala que quiere su petróleo.

El mensaje connotativo de la imagen visual implica la fotocomposición mediante *Photoshop*. Se separa de una fotografía antigua en blanco y negro, subida a la red donde el editor corta y adapta la mano con que señala el Tío Sam a la mano derecha del expresidente Lázaro Cárdenas, editando los colores a blanco y negro y sobrepone la figura completa en una foto panorámica de una refinería y se le da iluminación estilo fotografía antigua o sepia coloreando la banda presidencial con el verde, blanco y rojo, de la bandera nacional de México, del otro lado aparece la imagen recortada del tío Sam adaptada a un fondo de barras y estrellas con la imagen repetida de dólares rodeando su silueta y señalando de la misma manera que la anterior figura, junto con el mensaje verbal se complementa el sentido de toda la imagen.

Los iconos emblemáticos mexicanos patrióticos son: la figura del expresidente Lázaro Cárdenas, la banda presidencial tricolor sobre el pecho del General Cárdenas, y en el fondo de la imagen, la refinería, por el otro lado está la imagen simbólica del Tío Sam como identidad icónica de los Estados Unidos, el fondo de la imagen decorada con las barras rojas y blancas aludiendo a la bandera norteamericana.

En el meme se observa una severa crítica a los poderes ejecutivo, que propuso la reforma energética, y al legislativo que la aprobó. Esto ante los ojos del cibernauta colectivo, significa un grave error al vender un bien nacional a extranjeros pese a la frase cliché “el petróleo es de todos los mexicanos”. En este punto cabe señalar y preguntar ¿Qué tanto los mexicanos como pueblo han sido dueños del petróleo? ¿De qué forma el pueblo ha recibido los beneficios del oro negro? Si comparamos México como país petrolero y los de Arabia Saudita, en donde cada ciudadano árabe al nacer recibe una cuenta bancaria donde se le deposita un porcentaje de las ganancias por la venta del petróleo, en México ¿qué se hace para retribuir a cada mexicano por la venta de la riqueza negra? Los memes sirven para hacer catarsis de las frustraciones, del coraje, de la impotencia que los gobernantes hacen con el pueblo, pero no resuelven nada.

3.2 Los memes, su poder simbólico

En lo que refiere a la **codificación** y **decodificación** por parte de Thompson (1998), no difiere mucho con lo expresado por Hall, de hecho, coinciden en que los individuos deben de estar capacitados para manejar ciertas reglas y procedimientos más relevantes en la generación de **contenido simbólico**, partiendo desde la comunicación generada a través de la noticia institucionalizada o regulada para así ser transmitida. El autor considera que los individuos al codificar y decodificar requieren formas de conocimiento y presuposiciones por parte de los recursos culturales que emergen durante los procesos de intercambio y de esta manera los cibernautas puedan entender los mensajes, relacionarse con ellos e integrarlo dentro de sus vidas. Añade que este proceso de comprensión se trata de una interacción entre los mensajes codificados y los intérpretes disponibles, y estos ofrecen siempre una disposición de recursos culturales para culminar este proceso satisfactoriamente. Thompson define poder simbólico como:

...el que procede de la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas. La actividad simbólica es una característica fundamental de la vida social, a la par de la actividad productiva, la coordinación de los individuos y la coerción. Los individuos están constantemente dedicados a la actividad de expresarse de forma simbólica y de interpretar las expresiones de los otros; están constantemente comprometidos en la comunicación entre unos y otros e intercambiando información y contenido simbólico (Thompson, 1998:64).

En este sentido, los memes políticos tienen un múltiple poder simbólico a saber: a) el del personaje que habla, b) el del fotógrafo quien imprime su ideología en la misma fotografía —nunca una fotografía es pura, así como no hay discurso puro— (Sánchez Guevara, 2005), c) el cibernauta quien imprime el humor negro para caricaturizar al personaje político, d) el cibernauta que codifica y decodifica al circularlo a través de las redes sociales. (Este modelo de análisis se toma de la también semiotista y se adapta a las necesidades de esta investigación)

Otro ejemplo de construcción del meme político se refiere a un cibernauta que tiene la información política de su país, por ejemplo, ante el escándalo de la “Casa Blanca”, propiedad de la actual “primera dama” Angélica Rivera; el cibernauta toma la grabación hecha especialmente por la primera dama para aclarar que no hay conflicto de interés en la adquisición de dicha casa. La imagen

visual es la base para construir intertextualmente el mensaje visual y verbal. El cibernauta, como hemos venido mencionando es receptor y emisor a la vez, (Sánchez Guevara, 2005) pues para conformar el meme, es necesario ingresar al ciberespacio como espectador, elegir las publicaciones, retomar las de su interés y reconstruirlas con otros discursos de manera que conforma una red de textos o de voces, de ahí el sentido de la intertextualidad⁶⁹, concepto definido por Bajtin (1967) como polifónico, en otras palabras, se trata de varias voces que se tejen para emitir el mensaje. En este enjambre de voces, también se tejen las herramientas culturales del cibernauta para interpretar el mensaje.

En el contexto de la actual política mexicana, se ubica el 9 de noviembre de 2014 cuando en *Aristegui noticias* se da a conocer un posible conflicto de intereses entre Grupo Higa y la pareja presidencial, recordando que en su declaración de bienes el presidente no reportó esta propiedad como suya. Dan a conocer el monto del valor de dicha propiedad que asciende en cifras oficiales a 86 millones de pesos o en su equivalente a 7 millones de dólares. A los pocos días, el 19 de noviembre la primera dama graba una declaración donde intenta defenderse de las acusaciones y tratando de limpiar la imagen de su esposo, asegurando que no es su deber declarar (cuando todas las esposas y esposos de funcionarios públicos tienen obligación de declarar los bienes a través de las declaraciones de sus conyuges) y es precisamente de esta declaración de donde se toma la imagen en la que se le integran los discursos ¿Y ultimadamente a ustedes que les duele proles? El término *proles* se hizo famoso por Paulina Peña quien *retwitteó*⁷⁰ el siguiente mensaje publicado por su novio: “Un saludo a toda la bola de pendejos, que forman parte de la **prole** y solo critican a quien envidian” (*sic*). En seguida citamos un texto publicado en la página de “La Jornada”:

Cuando la tormenta en los medios de comunicación y las redes sociales no amainaba luego de la fallida respuesta de Enrique Peña Nieto en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, el sábado pasado, cuando no atinó a mencionar tres de sus libros

⁶⁹Concepto acuñado por Julia Kristeva en 1967 en su artículo: “Batjín, la palabra, el diálogo y la novela” en la revista francesa *Critique*. Una reseña crítica de dos libros de Mijail Batjín Problemas de la poética de Dostoievski (1963) y La obra de Francois Rabelais (1965).

⁷⁰ Acto de re-publicar un tweet de otro usuario para que todos sus seguidores lo lean. Es una forma de compartir <http://www.cartelurbano.com/node/3192>

favoritos, el virtual candidato priísta a la Presidencia pasó por un nuevo bochorno, provocado por su hija Paulina, quien reenvió un mensaje en Twitter aparentemente escrito por su novio: 'un saludo a toda la bola de pendejos, que forman parte de la prole y solo critican a quien envidian'" (Vargas, 2011:13).

El cibernauta —cibercaricaturista o el que cibernavega, mira y pone *likes* y/o comparte— demuestra que tiene memoria cultural (Lotman, 1996). Tomando en cuenta esta etapa de la historia de la cibernética, el meme construido lo podemos concebir de acuerdo con la teoría lotmaniana, como un cibertexto en donde confluyen variados estratos que son semióticamente heterogéneos, pues entran en "...complejas relaciones tanto con el contexto cultural circundante como con el público lector, [por lo que] deja de ser un mensaje elemental dirigido del destinador al destinatario. Mostrando la capacidad de condensar información, adquiere memoria" (Lotman, 1996:80).

En otras palabras, el meme es una imagen en la que confluyen la fotografía —con color, volumen, líneas, espacio y tiempo—, en un contexto socio-cultural, político, histórico determinado y al que se le añade otra información resultado de la memoria cultural del cibernauta. El meme es construido desde el ciberespacio y puesto en ese mismo lugar, por lo tanto, se trata de un cibertexto que hace la especie de urdimbre de discurso verbal escrito, discurso corporal, espacial, temporal.

Con el cibertexto o meme, los destinatarios recuerdan los acontecimientos y discursos que le dieron origen en 2011, y el cibercaricaturista agrega discursos que no son de ella, pero los resignifica en los globos discursivos del meme: ¿Qué no les dieron sus tarjetas Soriana? Recordando el caso Monex, en julio de 2012, cuando alguien regaló monederos electrónicos en tarjetas "si vale" a las personas, con el supuesto voto a favor del partido que quería recuperar su oficialidad.

En síntesis, el cibercaricaturista da cuenta de todos los acontecimientos históricos y culturales en el espacio-tiempo, ahí es donde el humor y la verdad histórica conviven para exhibir los hechos actuales y pasados. Cabe mencionar que solo los cibernautas que comparten los mismos códigos culturales, históricos, sociales incluso psicológicos pueden decodificar los mensajes (Sánchez Guevara, 2011-2012) de los memes.

Por su parte, Thompson considera que se realiza un proceso hermenéutico cuando “...los individuos que reciben los productos mediáticos se ven generalmente envueltos en un proceso de interpretación a través del cual dan sentido a esos productos” (Thompson, 1998:64). Otra categoría importante que propone el autor, es la de la **apropiación**, comenta que apropiarse del mensaje es tomar su contenido significativo y hacer lo propio, asimilar el mensaje incorporarlo a la vida propia que puede no requerir esfuerzo en algunas ocasiones o requerirlo de manera consciente. El proceso de apropiación se da cuando incorporamos los mensajes a nuestras vidas en los contextos en los que vivimos.

El autor se refiere al conjunto de circunstancias en las que se produjo el mensaje, como productos mediáticos, (Thompson, 1998). Los memes políticos, requieren para su apropiación que la persona que interpreta los contenidos posea el contexto sociocultural e histórico e incluso espacial que le permita apropiarse y darles un significado a estas publicaciones en su vida.

Con los aportes de Thompson, sobre la apropiación, observemos la manera en que el cibercaricaturista logra un cibertexto-meme-político en el que teje dos eventos que ocurrieron en diferentes espacios-tiempos en relación con la aprobación de las reformas estructurales propuestas por el ejecutivo; en este caso el tiempo es el 31 de octubre de 2013, en el espacio de la cámara de diputados en el palacio Legislativo de San Lázaro, y la imagen del futbolista Guillermo Ochoa interpuesta por medio de Photoshop en uno de sus lances para detener el balón a gol en el partido contra Brasil en el mundial de esa misma nación en 2014. En la intertextualidad de los elementos visuales y verbales es donde entran en juego los elementos culturales del deporte asociados a la política para crear y desear un milagro de detener las reformas al tener la habilidad de “detenerlo todo”. Así como se observa en la figura III.4⁷¹.

⁷¹Imagen recuperada el 15 de junio de 2015 en la página: <http://www.pumasgol.tv/redes-sociales/guillermo-ochoa-memes-mexico-brasil/>

Figura III. 4 La intertextualidad/ interdiscursividad en los memes

Intertextualidad / interdiscursividad



¡PÁRATE LAS REFORMAS, OCHOA!

¡Párate las reformas Ochoa!: Se le pide al portero mexicano, por su reputación de detener todo peligro a su portería, detenga las reformas utilizando su habilidad.

Figura de Ochoa: La edición crea la sensación de que heroicamente podría detener las aprobaciones inminentes de las reformas al colocar su figura volando por los aires al igual que en el partido contra Brasil, pero esta vez en la Cámara de Diputados de México en el Palacio Legislativo de San Lázaro.

La imagen visual de fondo corresponde a las votaciones para aprobar reformas, en este caso la reforma fiscal el día 31 de octubre de 2013, nótese que Guillermo Ochoa se lanzó en el aire para detener ese balón en el partido contra Brasil el día Martes 17 de junio de 2014.

Cuadro de elaboración propia con base en el modelo de Sánchez Guevara (2011-2012)

Para Morley (1996), de la misma manera que para Hall (1972) y Thompson (1998), en el mensaje se activan dos elementos: **codificación y decodificación** con base en las siguientes premisas:

- a. El mismo suceso se puede codificar de más de una manera
- b. El mensaje siempre contiene más de una lectura potencial. De los mensajes se proponen y prefieren determinadas lecturas en lugar de otras, pero nunca pueden llegar a cerrarse por completo en una sola lectura: seguirán siendo polisémicos.
- c. Comprender el mensaje es una práctica problemática, por transparente y natural que pueda parecer. Los mensajes codificados de un modo siempre se pueden apoderar de un modo diferente (Morley, 1996:11).

Es evidente que ejemplificando los 3 puntos de Morley y aplicándolos a los memes, resulta fluida y acertada su descripción, ya que existen varias lecturas de un mismo mensaje, en el que el cibernauta-emisor-receptor colectivo deja abierta a la imaginación del cibernauta-receptor-emisor colectivo, lo que quiere comunicar. En

algunos casos, los cibernautas de las redes sociales pueden compartir y/o dar *like* al meme, pueden o no estar de acuerdo con el mensaje del meme; hay quienes opinan a favor y otros en contra e incluso insultan.

3.3 Los memes y la polisemia

La polisemia⁷² significa de acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española “Pluralidad de significados de una palabra o de cualquier signo lingüístico”; también, “Pluralidad de significados de un mensaje, con independencia de la naturaleza de los signos que lo constituyen”. La palabra proviene del latín *poli* que significa muchos o variados significados, y del griego *σημα*, *sema* que es significado. Por lo tanto, entendemos polisemia de un mensaje tanto por el mensaje visual y como por su mensaje verbal que puede ser codificada y decodificada de manera múltiple dependiendo del sitio donde esté ubicado el cibernauta. En este sentido, primero la información es codificada-decodificada por los medios y posteriormente decodificada y recodificada por los cibernautas receptores, quienes son capaces de significar y resignificar los mensajes transmitidos de manera diferente.

A través de los cibernautas, los mensajes cobran sentido dependiendo de su contexto social, político, histórico, económico, cognitivo y experiencial. Desde la perspectiva de Morley la polisemia es: “el sentido del texto se construirá de manera diferente según los discursos (conocimientos, prejuicios, resistencias) que el lector aporta al texto: el factor esencial del encuentro entre audiencia/sujeto y texto será el espectro de discursos de que disponga la audiencia” (Morley, 1996:12).

Enseguida explicamos la polisemia con base en imágenes visuales. Una de ellas siempre será la imagen de base la cual será modificada por la inserción de información visual y verbal (intertextualidad) de otras imágenes que corresponden a otros momentos históricos o publicitarios que se condensan en la nueva imagen, con ello se constituye el meme resignificado. Los cibertexto-memes-políticos que analizamos corresponde a la imagen del presidente de la república mexicana, Enrique Peña Nieto, en dos momentos históricos, uno corresponde a la queja social

⁷²Recuperado el 8 de marzo de 2015 de: <http://lema.rae.es/drae/?val=polisemia>.

sobre la reforma laboral y el reclamo de haber votado por este, y el otro a no haber podido vender a Mexicana de aviación pero sí vender México, referido a las reformas en general.

Conforme al modelo propuesto por Sánchez Guevara (2011-2012) de su texto titulado “La caricatura política: sus funcionamientos retóricos” tomamos algunos elementos que nos permiten analizar los memes que nos ocupan. La imagen de base corresponde a Neil deGrasse Tyson, popularmente conocida como “Ay sí, Ay sí”⁷³, quien es un astrofísico y divulgador científico estadounidense. Actualmente es director del Planetario Hayden en el Centro Rose para la Tierra y el Espacio e investigador asociado en el Departamento de Astrofísica del Museo Americano de Historia Natural. En ocasiones apareció en documentales de National Geographic referentes a los astros del universo. Este científico es famoso por su carrera como investigador y divulgador de la ciencia. Sus investigaciones han sido objeto de varios reconocimientos, premios y ha obtenido 19 Doctorados Honoris Causa en diversas universidades de los Estados Unidos, de 1997 a 2016 y una medalla de la NASA al Servicio Público Distinguido (2004).

El científico norteamericano ha sido entrevistado y conductor de varios programas de televisión. Por su destacada presencia internacional en los medios masivos de comunicación se ha vuelto icono, pues su imagen ha sido tomada por el cibercaricaturista colectivo, para caricaturizar a otros personajes de la política internacional. En la Figura III. 5, observamos la fotografía de Neil deGrasse Tyson vestido con una camisa blanca, una corbata de colores, un chaleco café claro y un saco negro. Las manos levantadas en señal de quizá “es todo lo que tengo que decir” o bien “no lo sé”. En el pie de foto dice: “Soy Neil deGrasse, Astrofísico y soy *tan reconocido solo por esto*” (Subrayado nuestro). El científico no solo es reconocido por la posición de las manos, sino por su carrera y aportes científicos. Pero, recordemos que se trata de un cibertexto-meme-político. Esta imagen sirve de base para generar los demás memes que analizamos.

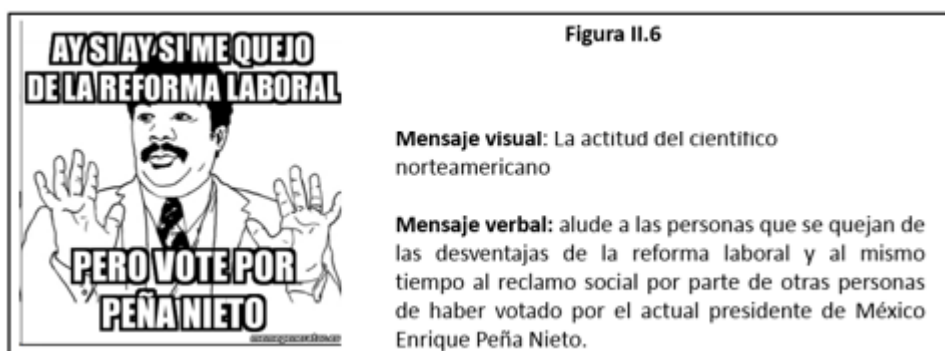
⁷³Recuperado el 8 de marzo de 2015 de: <http://www.culturizando.com/2012/01/el-origen-de-la-famosa-imagen-de-ay-si.html>

Figura III. 5 Meme: Neil deGrasse



La figura III. 5⁷⁴ corresponde a una grabación del científico que alguien subió a *YouTube*. En dicho video, deGrasse está explicando cómo Issac Newton descubre las leyes de la óptica, las leyes del movimiento y las leyes de la gravitación y cómo se conecta con las leyes del universo. deGrasse platica cómo Newton conversa con otro amigo explicando sus descubrimientos, y cuando menciona que Newton cumplió 26 años, levanta las manos como para recordar la siguiente frase que menciona y vuelve a repetir “él cumplió 26 años”. En *YouTube* fue titulado el 6 de febrero de 2012 como “Ayy si, gran vaina⁷⁵, video subtulado para corroborar de dónde salió aysii...ay sii!”

Figura III. 6 Intertextualidad visual y verbal



Cuadro de elaboración propia

⁷⁴Imagen recuperada el 8 de marzo de 2015 de: http://img.desmotivaciones.es/201203/aysi_2.jpg

⁷⁵Recuperado el 98 de marzo de 2015 de: <https://www.youtube.com/watch?v=0h8frP1pJN0>

Figura III. 7 Meme: Peña Nieto-Mexicana de Aviación



Cuadro de elaboración propia

En las figuras anteriores (**Figuras III. 6⁷⁶**) y (**III. 7⁷⁷**) se observa cómo los cibercaricaturistas a partir de la expresión corporal del científico deGrasse, la resignifican con la cara de Peña Nieto y con los discursos verbales. En la figura III.6 se alude a las personas que se han quejado por la reforma laboral y sus desventajas, pensadas en el colectivo social y posiblemente a la hipocresía que esto implica al hacer un reclamo social por parte del cibernsujeto colectivo y creador del meme al haber votado por el actual presidente en las elecciones del pasado 1 de julio de 2012

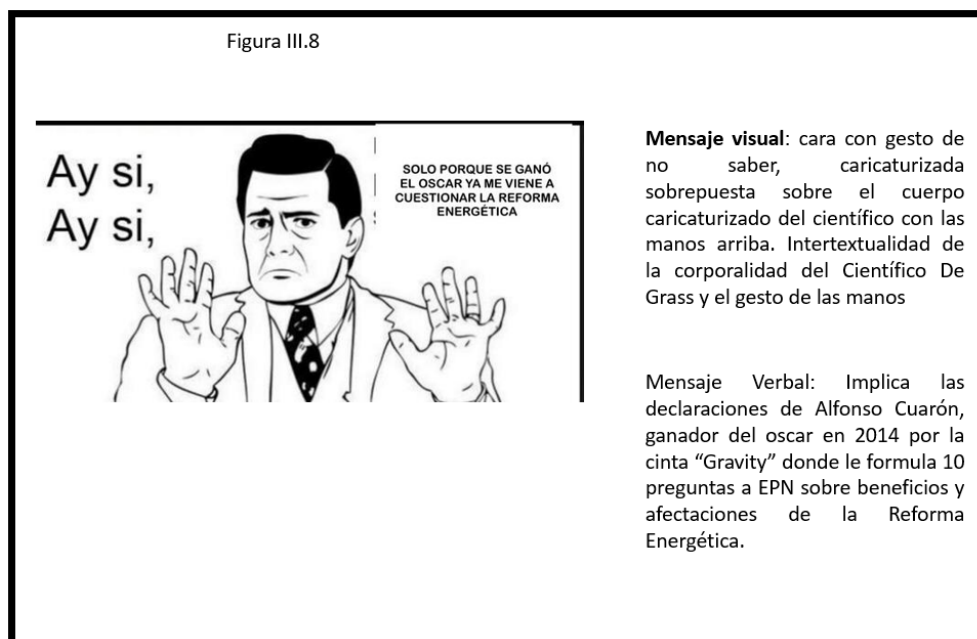
En el cibertexto-meme-político hay una comparación implícita entre la figura del colectivo social encarnada en la figura del científico, en donde se realiza una ironía hacia las personas que se quejan de la reforma laboral y sus posibles consecuencias, contrastado por haber votado por aquella figura presidencial que propuso las reformas. En cuanto al meme de Enrique Peña Nieto alude al proceso largo desde que se declaró en quiebra la compañía Mexicana de aviación y su difícil situación de venta hacia el extranjero y se confronta a una situación más actual en la aprobación de las reformas donde se presume en la imagen verbal que el presidente tiene la intención de privatizar a México todo o por partes por medio de sus reformas propuestas.

⁷⁶Recuperado el 11 de marzo de 2015 de: <http://www.memegenerator.es/meme/1328297>

⁷⁷Recuperado el 11 de marzo de 2015 de: <http://www.facebook.com/chistes.de.Pena.Nieto?fref=ts>

La misma imagen de base, se resignifica en la Figura III.8⁷⁸, en la que se vuelve a utilizar la posición del científico deGrasse para construir la imagen corporal encarnada en Peña Nieto. Se vuelve a mencionar la forma lexical “¡ay sí! ¡Ay sí! ¡Sólo porque se ganó el Óscar ya me viene a cuestionar la Reforma Energética! Este es un implícito que hace referencia a los cuestionamientos de Alfonso Cuarón en 10 preguntas sobre esa reforma.

Figura III. 8 La intertextualidad y cibertexto-meme-político



Cuadro de elaboración propia. Referencia a declaraciones de Alfonso Cuarón.⁷⁹

En el campo de la comunicación y la cultura, la codificación y la decodificación están ligadas a la interpretación-reinterpretación por parte de los cibernautas-emisores como de los cibernautas-receptores de los memes políticos. Cabe mencionar que los cibernautas son a la vez productores y reproductores de los memes políticos, sobre todo cuando añaden información al cibertexto, los re-*twitteen*, les dan “likes” o los “comparten” en Facebook o en cualquier otra red social. Al respecto, citando

⁷⁸Recuperado el 11 de marzo de 2015 de:

<https://twitter.com/marcelaherrerar/status/460777601041059840>

⁷⁹Recuperado el 11 de marzo en: <http://www.adnpolitico.com/ciudadanos/2014/04/28/10-preguntas-de-alfonso-cuaron-a-pena-por-reforma-energetica>

a Mills (1939) comenta que “en los nombres que damos a las cosas y a las operaciones, pasan de contrabando connotaciones de lo bueno y lo malo; un sustantivo siempre tiende a llevar consigo un adjetivo invisible, y el verbo, un adverbio invisible”. Y continúa: “al adquirir las categorías de una lengua, adquirimos los “modos” estructurados de un grupo y, junto con el lenguaje, las implicaciones de valor de esos modos. Nuestra conducta y nuestra percepción, nuestra lógica y nuestro pensamiento caen bajo el control del sistema de esa lengua. Junto con la lengua, adquirimos un conjunto de normas y de valores. Un vocabulario no es una mera ristra de palabras; en su interior hay texturas inmanentes sociales, coordinadas institucionales y políticas” (Morley, 1996:20). Por tanto, “para comprender la caricatura normal (o los memes) es necesario compartir de los mismos códigos verbales, expresiones lexicales, modos, etc., de otra forma no se podría entender el humor de quien produce y reproduce caricaturas (Sánchez Guevara, 2011-2012) o memes.

3.4 Los cibertextos-memes-políticos: Procesos de la comunicación

En este apartado abordamos desde diversas posturas teórico-metodológicas de la comunicación, la producción simbólica de los memes. Nos ocupamos del mensaje y de los elementos visuales y verbales que lo constituyen. Los procesos implican la forma en que se va construyendo los cibertextos-memes-políticos a partir de una fotografía, tomando en cuenta las circunstancias históricas, sociales, culturales, económicas, ambientales, etc. Nos apoyamos fundamentalmente en los aportes teórico-metodológicos de Stuart Hall (1972), además de codificar y decodificar que ya hemos tratado, el circuito de circulación-producción-circulación, distribución-consumo-reproducción. De Thompson (1998) retomamos la comunicación mediática y el contexto social. El interdiscurso, el análisis semiótico de los mensajes de Morley (1996). Por último, para estudiar las condiciones de recepción, nos parece pertinente el estudio de las audiencias propuesta de Orozco (1997).

3.4.1 Procesos de comunicación según Stuart Hall

Para analizar los mensajes, de Stuart Hall retomamos los aportes respecto de codificar y decodificar. El autor se basa en el modelo básico del circuito de

circulación, que contiene en sí mismo al emisor-mensaje-receptor. Este proceso implica momentos encadenados y diferentes como: producción, circulación, distribución/consumo, reproducción.

Hall menciona que una forma discursiva que origina la circulación del producto al referirse a los significados en mensajes como forma de vehículos de signos de una clase específica, están organizados a través de la operación de códigos dentro de la cadena discursiva, al igual que cualquier forma de comunicación o lenguaje. De esta manera, los aparatos, las relaciones y prácticas de producción, se centran en el momento de **producción/circulación**, lo que da lugar a la circulación del producto y su distribución a diferentes audiencias. Al haber sido efectuado el discurso, debe ser traducido o transformado en prácticas sociales para que el circuito resulte completo y efectivo. Hall expresa que “si no hay apropiación de significación, no puede haber consumo. Si la significación no está articulada en la práctica, no tiene efecto” (Hall, 1972:1).

El circuito de circulación es conformado por cada uno de los momentos en articulación necesariamente, sin embargo, ningún momento garantiza al siguiente con el que se articula. Cada momento posee modalidades específicas y condiciones de existencia, dependiendo del flujo de la producción efectiva siendo esto de la **reproducción**. Por ello, comenta que la **forma mensaje** es la necesaria **forma de aparición** del evento histórico en su pasaje desde la fuente al receptor. Entonces, la **forma mensaje** es un momento en determinado a otro nivel que comprimen aquellos movimientos de superficie del sistema de comunicación y necesita ser integrado al proceso de relaciones sociales de comunicación del cual es sólo una parte (Hall, 1972: 2).

Dicho de otra manera, Hall explica que el proceso comunicativo, en el caso televisivo, inicia con la producción que construyó el mensaje, este no carece de su aspecto “discursivo” refiriéndose a que está estructurado a través de significados e ideas, profundizando un poco más, al conocimiento sobre las rutinas de producción, habilidades técnicas ya pre-definidas históricamente, ideologías profesionales, conocimiento institucional, presupuestos y definiciones sobre audiencia que en su conjunto estructuran la constitución del programa a través de esta estructura de producción. Lo anterior es muy importante, ya que las estructuras de producción

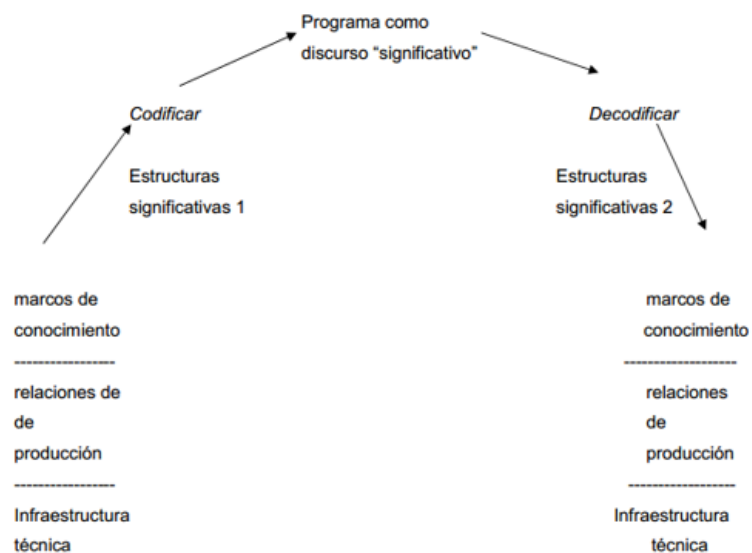
televisiva, y en el caso de la cibernética, al regirse por ideologías forman su discurso y a su vez originan tópicos, agendas, eventos, personajes, imágenes de la audiencia, “definiciones de la situación” que exponen ante la audiencia por medio de otras fuentes informaciones discursivas que están insertas dentro de la estructura sociocultural, política, económica e histórica (Hall, 1972: 2).

La audiencia (Elliot, citado en Hall, 1972) es tanto la “fuente” como el “receptor” del mensaje televisivo y reflexiona lo siguiente:

Por ende – tomando los términos de Marx – circulación de recepción resultan “momentos” del proceso de producción en televisión y son reincorporados, vía un número de retroalimentaciones oblicuas y estructuradas en el mismo proceso de producción. El consumo por excepción del mensaje televisivo es entonces también en sí mismo un “momento” del proceso de producción en su sentido más amplio, si bien el último es “predominante” porque es el “punto de partida de la realización” del mensaje. La producción y recepción del mensaje televisivo no son, por ende, idénticas, pero ellas están relacionadas: son diferentes momentos dentro de la totalidad formada por las relaciones sociales del proceso comunicativo (Hall, 1972: 4).

Por otra parte, Hall comenta que las estructuras de las empresas de radiofonía tienen que ofrecer mensajes codificados en una forma de discurso significativo. También deben de pasar por las reglas discursivas del lenguaje sus relaciones sociales de producción como institución para que de esta manera pueda ser revisado su producto (Hall, 1972: 2). A continuación, se expone el diagrama del proceso de codificación y decodificación que permite comprender de manera gráfica el círculo de producción del que forman parte estos momentos articulados:

Figura III. 9 Diagrama Círculo de producción discursiva

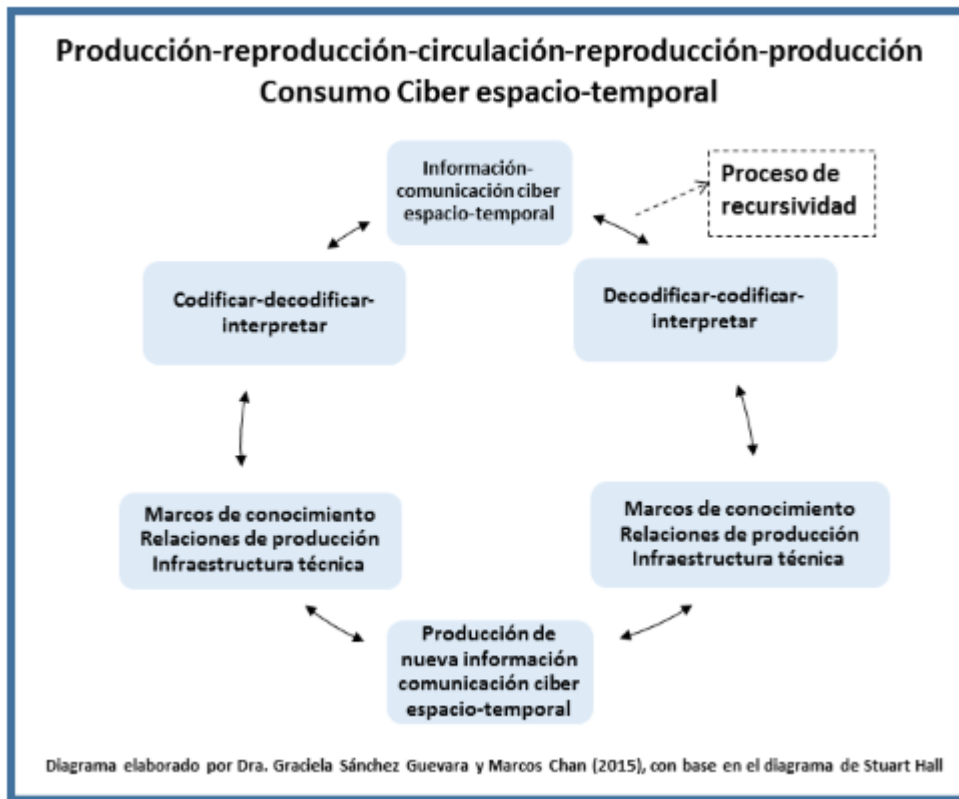


Para explicar este proceso, Hall toma como punto de referencia de un lado las “Estructuras significativa 1” y “Estructura significativas 2” advirtiendo que no pueden ser idénticas. Pues codificar y decodificar no son perfectamente simétricos. Por esta razón, el intercambio comunicativo depende de los grados de simetría/asimetría (que son los grados de “inteligibilidad” e “ininteligibilidad”) que son establecidas en las “personificaciones”, codificadoras y decodificadoras-receptoras (Hall, 1972: 3).

Cabe mencionar que el diagrama propuesto por Hall, lo hemos discutido ampliamente mi directora de tesis, Dra. Graciela Sánchez Guevara y yo, para ajustarlo a este tema de investigación. En primer lugar, al rubro que se registra como “programa como discurso significativo” lo modificamos y adaptamos a las nuevas necesidades del intercambio discursivo que se plantea en el ciberespacio. De esta manera lo hemos denominado modelo de la Producción-reproducción-circulación-reproducción-producción consumo ciber espacio-temporal.

En este modelo concebimos, de la misma manera que los demás autores antes citados, El emisor-receptor, desde nuestra perspectiva, es un sujeto colectivo que produce y reproduce simultáneamente mensajes conforme a la información que obtiene de otros medios de comunicación, los cuales tienen soportes técnicos ya mencionados a lo largo de este trabajo. Este mismo sujeto realiza dos actividades a la vez: codifica y decodifica-interpreta la realidad, conforme a los marcos de conocimiento, relaciones de producción e infraestructura técnica. Además, habrá que considerar de este sujeto colectivo, su edad, su condición social-cultural, económica, política, histórica que determinan en un momento dado su codificación-decodificación-interpretación de los hechos, de la información de la realidad para comunicarla a través de la construcción de memes o cibertextos de humor. En la figura III.9 se puede apreciar los elementos del modelo que proponemos, así como su distribución.

Figura III. 10 Modelo de la producción-reproducción-circulación-consumo

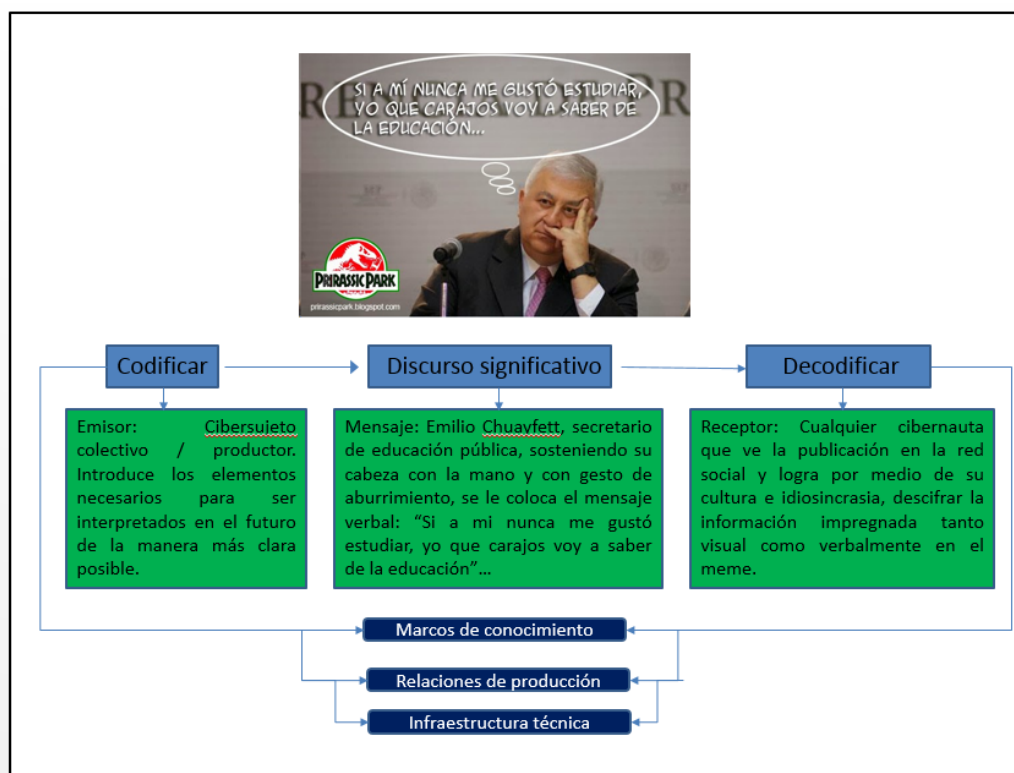


Continuando con el teórico, comenta que depende de los grados de identidad/no-identidad para que los códigos se puedan transmitir perfecta o imperfectamente, por lo que se pueden interrumpir o distorsionar sistemáticamente lo que se ha transmitido. Si a los códigos les falta ajuste (para que el sector pueda entender), se debe a las diferencias estructurales de relación imposición entre las cadenas televisivas y las audiencias, y es también a causa de la asimetría entre los códigos de la “fuente” y el “receptor” en el momento de la transformación hacia o desde la forma discursiva. Debido a esto surgen las distorsiones o malentendidos por la falta de equivalencia entre los dos lados del intercambio comunicativo. “Una vez más, esto define la “autonomía relativa” pero “determinable”, de la entrada y salida del mensaje en sus momentos discursivos” (Hall, 1972: 5).

Stuart Hall señala que “El nivel de connotación en el signo visual, de su referencia contextual, y posición en diferentes campos discursivos de significación y asociación, es el punto donde los signos ya codificados se intersecta con los códigos semánticos profundos de una cultura y toman una dimensión ideológica

adicional, más activa” (Hall, 1972:9). En un discurso publicitario no hay representación “puramente denotativa”, y tampoco “natural”. En la publicidad, cada signo visual como tal la situación, Valor o interferencia cualitativa, la cual está presente como una implicación da un significado explicado, dependiendo de la precisión en la connotación.

Figura III. 11 El meme: Circuito de Circulación connotación y denotación



Cuadro de elaboración propia basado en el modelo de Sánchez Guevara (2015)

En la figura anterior, el ciber sujeto colectivo decodifica la imagen visual (fotografía) del personaje a ironizar, ridiculizar. Una vez que ha decodificado o interpretado, vuelve a codificar el código visual, esto es, el ciber caricaturista toma algunos elementos visuales para crear el meme o cibertexto de humor, conforme a los marcos de conocimiento, las relaciones de producción y la infraestructura técnica. Los elementos son: a) la imagen fotografiada del que fuera Secretario de Educación Pública, Emilio Chuayffet en una posición de aburrimiento en su gesto y manos; b) un sello de dinosaurio que sabemos que asocian con los miembros del PRI (Partido

Revolucionario Institucional) que por su edad les dicen dinosaurios, y c) discursos verbales escritos imaginados por el ciber caricaturista. El mensaje de “relevo” (Barthes, 1986: 4) es de acuerdo al imaginario del cibercaricaturista es “Si a mí nunca me gustó estudiar, yo que carajos voy a saber de la educación”, connotando a una completamente ignorante; en el sello del dinosaurio tomado del logo de la película “*Jurassic Park*” (1993) se cambia por “*Prirassic Park*”, con esta analogía visual de las letras, se critica al PRI, que connota en una sola palabra, el tiempo que han durado en el gobierno. Los dinosaurios fueron los vertebrados terrestres dominantes durante 135 millones de años.

Ahora el discurso significativo viaja por el canal o medio que es la red social y permanece disponible hasta que el receptor cultural lo recibe en la pantalla de su computadora y realiza el mismo proceso pero a la inversa, lo que ve lo decodifica y mentalmente descompone la imagen quizás en segundos para comprender y codificar su significado, utilizando sus propios marcos de conocimiento, sus relaciones de producción a través de su infraestructura técnica que es el dispositivo donde visualiza el contenido.

3.4.2 Procesos de comunicación según Thompson

John B. Thompson (1998) realiza aportes académicos sobre la comunicación mediática que tiene que ver principalmente con los *mass media*. La razón de incluir sus aportes teórico-metodológicos, es que los memes políticos suelen, en ocasiones, guardar un archivo histórico con contenido simbólico del momento vivido. En el caso de los memes que estamos estudiando, por ejemplo, el contenido simbólico está en los temas de las reformas promovidas por el actual gobierno: la educativa, la fiscal, la hacendaria y la energética. Si es cierto que la televisión influye, en cierta medida, en el contenido viral que circula por las redes sociales, el Internet tiene sus propias notas de información que van de la mano con diversas reglas que Thompson expone en su libro *Los media y la modernidad*, específicamente en el primer capítulo “Comunicación y contexto social”.

Los conceptos y categorías más pertinentes para el análisis de los memes políticos desde la perspectiva de la comunicación mediática, propuesta de Thompson, se refiere a la que “posee una dimensión simbólica irreductible y que se

ocupa de la producción, almacenamiento y circulación de materiales significativos para los individuos que los producen y los reciben” (Thompson, 1998:25).

Para Thompson la **comunicación mediática** es siempre un fenómeno social contextualizado: por lo que es parte de contextos sociales estructurados e influyen en el impacto estructural de los actos comunicativos. Asimismo, los memes políticos, se generan dentro de un contexto sociocultural e histórico generado través de la noticia, además de “**la fijación**”, que es cuando la comunicación mediática se fijará en un material, por ejemplo, palabras escritas en papel, por imágenes capturadas en la película, haciendo así que estos tienen un contenido simbólico de los mensajes y que están sujetos a la producción y circulación de los mensajes como condicionantes sociales.

En el caso de los memes estudiados quedan fijadas las imágenes o las fotografías del Presidente de la República Mexicana: Enrique Peña Nieto en la memoria cultural (Lotman, 1996: 109) del colectivo social y circulan en las redes sociales aún más, por los *likes* y las compartidas que los cibernautas hacen de dichos memes. En este sentido, Thompson sostiene que la “comunicación mediática constituye una parte integral de los contextos más amplios de la vida social” (Thompson, 1998:27).

El autor explica que dichos fenómenos sociales se podrían considerar como acciones con el propósito de llevarlos hasta terminar en contextos sociales estructurados. Comenta que la vida social se compone por individuos que llevan a cabo objetivos efectivos de varios tipos. Están sujetos a actuar dentro de un conjunto de circunstancias establecidas previamente, a esto Thompson le llama “**campos de interacción**”⁸⁰ un término desarrollado por Pierre Bourdieu. Para estos campos de interacción, las instituciones se pueden observar como un conjunto de reglas, recursos y relaciones, con el objetivo de alcanzar ciertos propósitos comunes (Thompson, 1998:28).

Thompson alude también a las distintas formas de poder, a fin de comprender los fenómenos sociales de ahí se desprenden cuatro tipos de poder: el económico,

⁸⁰Teorías de los campos sociales de Bourdieu en “La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu” de Néstor García Canclini Consultado el 16 de Octubre de 2015 en:http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/ana/NGC_La_sociologia_de_cult_P_Bourdieu.pdf

el político, el coercitivo y el simbólico. (Thompson, 1998:30). El poder que interesa en este caso es el simbólico, por ello se profundizará más en sus características. El autor se refiere al término **poder simbólico** para referirse “a esta capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos, para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión de las formas simbólicas” (Thompson, 1998:34).

Los memes se caracterizan por su intrínseco poder simbólico y poder cultural. Los cibernautas emisores-creadores al elegir la fotografía interpretan las expresiones de los personajes a caricaturizar, lo cual se relaciona con el capital cultural Bourdiano (Bourdieu, citado en Thompson, 1998:34), por ejemplo, la iglesia, las escuelas, las industrias mediáticas como industrias culturales. De esta manera, en los memes políticos se detecta esta actividad de expresión-interpretación simbólica entre el cibernauta colectivo que genera estas publicaciones mediante las fotografías de los personajes que reciben los mensajes los cuales son interpretados los contenidos, por ejemplo, con la visita del Presidente de la República al Vaticano, sobre la reforma educativa, hacendaria fiscal y energética, se trata de memes con contenidos institucionales.

Figura III. 12 Reformas estructurales en los cibertextos de humor o memes

Memes –ciber textos de humor Reformas estructurales		
Sujetos	Reformas	Campos
Presidente de la República Enrique Peña Nieto	Política	Político
Emilio Chuayffet	Educativa	Educativo
Lázaro Cárdenas y Tío Sam	Energética	Petrolero
EffieTrinket (Elizabeth Banks: actriz)	Fiscal	Financiero

Para Thompson (1998) **la comunicación** se caracteriza como un tipo diferenciado de actividad social que implica la producción, transmisión y recepción de formas simbólicas que se transmiten a los otros, y esos individuos emplean los medios técnicos, aquellos con los que la información o el contenido simbólico se fijan y transmite de un emisor a un receptor. Como se comentó anteriormente, estas características de los medios de comunicación masiva en los memes políticos

forman una base por el contenido que estos generan, porque a pesar de contener sátira o ironía en sus mensajes también informan, y nacieron de la información generada a partir de los eventos históricos del país.

Por su parte, los **medios técnicos** permiten almacenar información o contenido simbólico y se consideran como “mecanismos de almacenamiento de información” reservando la información o el contenido simbólico para tener la disposición y utilizarlo posteriormente. El autor menciona que los medios técnicos poseen un atributo que permite obtener un grado de fijación de las formas simbólicas y ejemplifica el hecho de escribir sobre el papel, esculpir la madera, pintar, imprimir etc. De esta manera, lo que se publica en las redes sociales las convierte en un atributo que fija la información como contenido para consulta y utilización posterior por parte de los cibernautas (Thompson, 1998:34).

La reproducción de la información es otra característica pertinente que se refiere a “La capacidad de un soporte técnico para reproducir copias múltiples a partir de una forma simbólica” (Thompson, 1998:38). De acuerdo con lo anterior, los cibernautas mediante las redes sociales reproducen de manera inmediata los memes, y cuando los usuarios comparten tienen mayor impacto las formas simbólicas. Thompson también propone las “**condiciones comunicativas espacio-temporales**” que guardan relación con los medios técnicos porque alteran las condiciones espaciales y temporales al permitir que los individuos se puedan comunicar a largas distancias espaciales y temporales y puedan ser capaces de actuar y de interactuar a distancia (Thompson, 1998:42). Lo que significa que en esta era digital las dimensiones espaciales y temporales de la vida social se han acortado aún más. Mediante la **recepción** (Thompson, 1998) como una actividad institucional, los productos mediáticos son objetos de recepción para los individuos que se ubican en contexto socio-históricos específicos. Dicho contexto es importante porque delimita la situación vivida, en este caso, por México y cada evento presenciado dentro del sexenio de Enrique Peña Nieto. Los cibernautas al publicar los memes contruidos por ellos mismos con su idiosincrasia, impactan también en los usuarios quienes interpretan el contenido simbólico y cultural de los memes conforme a su idiosincrasia.

Por ende, Thompson considera que se realiza un proceso hermenéutico cuando “los individuos que reciben los productos mediáticos se ven generalmente envueltos en un proceso de interpretación a través del cual dan sentido a esos productos” (Thompson, 1998:64). Otra categoría adecuada es la de la **apropiación**. Para Thompson apropiarse del mensaje es tomar su contenido significativo y hacerlo propio, asimilar el mensaje incorporarlo a la vida propia que puede no requerir esfuerzo en algunas ocasiones o requerirlo de manera consciente. (Thompson, 1998:66) El proceso de apropiarse el contenido de los memes significa que cuando nos apropiamos del mensaje lo incorporamos a nuestras vidas, a nuestros contextos en los que vivimos. Nos referimos al conjunto de circunstancias en las que se produjo el mensaje mediático. Para que el cibernauta se apropie de los memes políticos, se requiere que el cibernauta codifique, decodifique e interprete los contenidos en el contexto sociocultural e histórico y espacial que le permita la apropiación del contenido simbólico.

3.4.3 Procesos de comunicación según Morley

David Morley (1996) realiza fundamentalmente una investigación sobre la televisión, de su estudio se arrojan resultados sobre los medios de comunicación y las audiencias las cuales están íntimamente ligadas al quehacer televisivo y de las teorías de la comunicación, los usos y gratificaciones que dan cuenta de la recepción de la audiencia, pero desde la perspectiva de la televisión.

Dentro de sus aportes teóricos, cabe destacar la propuesta que hace al emplear los modos diferentes de análisis en la comunicación, por ejemplo la semiótica y la sociología, para examinar dos tipos distintos de restricciones a la producción de sentido: a) las estructuras y mecanismos internos del texto/mensaje/programa, que invitan a ser ciertas lecturas y bloquean otras (aspecto que puede dilucidarse mediante la semiótica), y b) los orígenes culturales del lector/receptor/espectador, que deben estudiarse desde el punto de vista sociológico (Morley, 1996:1).

Pêcheux (citado en Morley, 1982) llamó “**interdiscurso**” al campo donde se entrecruzan diferentes discursos, diferentes sistemas del mensaje y donde nos situamos entre esos sistemas distintos. Un lugar donde se experimentan la

multiplicidad de discursos, y donde se entrecruzan una cantidad de discursos diversos. Entonces se debe tener en cuenta la cuestión básica del proceso de **decodificación de interpretación de los mensajes** de los medios. Como ejemplo propone a una persona que mira el noticiario situándose en el complejo campo de la comunicación y envolviéndose en un proceso de decodificación del material de los medios, ahí se genera un proceso donde un conjunto de mensajes o discursos realimenta a otro o es desviado por otro (Morley, 1996:3).

Otro aspecto importante es cuando el autor aborda el análisis semiológico para examinar las condiciones básicas de la comunicación plena de sentido. Dicho abordaje permite dirigir la atención al examen de los códigos que están implícitos y explícitos en los mensajes; siendo esto lo que hace posible que el mensaje adquiera un sentido para la audiencia. Morley comenta que el principio fundamental del mensaje es que es **polisémico**, como lo hemos visto líneas arriba, esto es, cuando el mensaje siempre es capaz de producir más de un sentido o interpretación y no se reduce simplemente a un sentido “real” o “último” (Morley, 1996:9). Así, vamos concluyendo que los memes tienen un carácter polisémico y polifónico, en virtud de que estos cibertextos están contruidos por un cibercaricaturista colectivo que tiene los conocimientos técnicos y culturales para poder crearlos.

3.4.4 Orozco y las audiencias como epicentro de la comunicación

Guillermo Orozco (1997) trabaja las audiencias que son parte fundamental en el proceso comunicativo. Para Orozco las audiencias son “los sujetos capaces de tomar distancia de los medios y sus mensajes, pero también sujetos ansiosos de encontrar en ellos lo espectacular, el novedoso, lo insólito, todo eso que nos emocione, nos divierta y nos haga salir, aunque sea por momentos, de nuestra rutina y existencia cotidiana” (Orozco, 1997:27).

Las audiencias de la televisión contienen dentro de sí mismas muy posiblemente a los cibernautas productores colectivos o cibercaricaturistas de los memes políticos. Son capaces de crear memes para criticar a los políticos que han afectado a la sociedad mexicana, en los memes los cibernautas imprimen sus emociones apoyándose de otros textos para adecuarlos justo donde deben estar para generar risa entre los cibernatutas, y de manera irónica critican la vida política.

Las audiencias, afirma Orozco, son sujetos comunicantes sociales, históricos y culturales. Características que encajan perfectamente en los cibercaricaturistas que crean los memes políticos o cibercaricatura. Orozco sostiene que: “Las audiencias son también sujetos culturales, capaces de significar su producción material y simbólica, pero también para producir sin cuestionar las significaciones ofrecidas en los medios. En tanto sujetos, las audiencias son activas y, a veces, interactivas, capaces de construir a partir de su vinculación con los medios, pero también de dispersarse y perderse lo banal, vehiculado por ellos” (Orozco, 1997:28). Las audiencias se constituyen en lo que son, a través de los procesos de recepción-interacción con los medios y como resultado de las mediaciones que en ellas intervienen, como la familia, las creencias religiosas, filosóficas, la ideología, el poder, entre otras mediaciones.

Las audiencias son principio y fin del proceso de comunicación, el sujeto emisor es antes un receptor cultural y genera o absorbe la idiosincrasia de su entorno, por lo que primero la semilla de la creación se siembra en sus ideas en el momento de ser impresionados como en el caso de los 43 estudiantes de Ayotzinapa, caso que sigue estando activo a pesar del desarrollo de hechos o de la casa y su conflicto de intereses. Al haber acumulado suficiente información, aquel usuario de *Facebook* que es creador de contenidos es capaz de utilizar herramientas de *Photoshop* o algún otro edito para lograr su meta de plasmar las características de la caricatura política tradicional: ironía, sátira, parodia y cuestionamientos sociales.

El sujeto, parte fundamental y esencial de los memes, comienza una rápida carrera al codificar esta información en una imagen y los receptores al recibirla, aceptarla y decodificarla, proceden a comentar, dar me gusta “*like*”, compartir para que el mismo pueda medir el impacto de su creación. Las audiencias forman parte de la columna vertebral del proceso de comunicación y aunque no todos los cibernautas posean esta característica de crear memes políticos, si pueden ubicarse en el contexto socio cultural, histórico político y económico. Aparentemente es en un momento pasivo, pero nunca lo ha sido porque en la era de las Tic (Tecnologías de información y comunicación), ya no se quedan los

pensamientos de la audiencia en casa con los familiares o amigos si no que quedan plasmadas en las redes sociales, por medio de las cuales circulan los mensajes.

Observemos en las siguientes figuras III.13⁸¹ y III. 14⁸² el análisis conforme a las categorías de los autores mencionados.

Figura III. 13 Reformas y juegos del hambre



Categorías según John B. Thompson

Fijación en la comunicación mediática: Se asocia el mensaje visual de toma de poder de EPN el 1 de diciembre de 2012 con la de "Effie Trinket", personaje encargado de elegir tributos de sacrificio en la película "Los juegos del hambre" (2008), contiene mensaje verbal que alude a los impuestos de las reformas aprobadas y directamente con la connotación negativa del título de la película. El meme guarda información histórica nacional e internacional indirectamente.

Poder simbólico: La figura presidencial, el autoritarismo, la represión reflejada en la figura del militar, parte de la bandera nacional y en sí mismo la toma de poder, asociados con lo inevitable, nuevos impuestos y la catástrofe de los juegos del hambre.

Apropiación: No necesariamente todos los internautas asociarían a EPN con Trinket ya que no todos los cibernautas vieron la película, pero intuyen el mensaje.

Categorías según Orozco:

Audiencias: Son quienes realizan todo el proceso de comunicación, principio y fin. Sujetos que son capaces de producir y reproducir un mensaje. Los cibernautas colectivos, son receptores de los medios, al mandar su mensaje a través de las redes, otros receptores decodifican culturalmente los elementos del mensaje. Son el epicentro en el proceso de la comunicación. En este caso, se tomó la imagen de EPN como base en el mensaje visual de la construcción total, junto a los mensajes verbales entendibles con o sin conocimiento total de los elementos.

Categorías según David Morley

Interdiscurso: Presenta 2 contextos verbales diferentes que asocia para producir sentido en el texto: "Ya tienen sus nuevos impuestos" pertenece a una crítica a la política mexicana de forma sarcástica e irónica y "Que comiencen los juegos del hambre", perteneciente a la película del mismo nombre, en una trama de autoritarismo ficticio enlazado al mexicano bajo la lupa del cibernauta colectivo que produce el meme.


Polisemia: Si la persona vio la película asociará la frase "Que comiencen los juegos del hambre" con la película y lo traerá a su contexto social. En caso contrario puede asociar literalmente la frase a su realidad sin tomar en cuenta la película. La primera frase "Ya tienen sus nuevos impuestos" podría asociarlo al contexto histórico general o al sexenio actual si el lector posee información de las reformas estructurales propuestas por el ejecutivo. Recordar que la imagen de EPN cobra importancia total en la conjunción de todos los elementos verbales.

Elaboración propia con datos de memes

⁸¹Recuperado el 11 de marzo de 2015 de: [https:// delibrosyotroschuchos.wordpress.com/2014/08/27/los-juegos-del-hambre/](https://delibrosyotroschuchos.wordpress.com/2014/08/27/los-juegos-del-hambre/)

⁸²Recuperado el 11 de marzo de 2015 de: <http://www.generadormemes.com/meme/8el7wh>

Figura III.14 Meme: Los juegos del hambre, Mañana entra en vigor la reforma fiscal



Categorías según David Morley

Interdiscurso: Presenta 2 contextos verbales diferentes que asocia para producir sentido en el texto: "Mañana entra en vigor la reforma fiscal" recordando una fecha inevitable y "Que comiencen los juegos del hambre", perteneciente a la película del mismo nombre, en una trama de autoritarismo ficticio enlazado al mexicano bajo la lupa del cibersujeto colectivo que produce el meme para de esta manera utilizar en cierto sentido humor negro, que no a todas las personas les provocaría la risa y a otras puede que sí, según los **orígenes culturales** del lector que propone el autor.

Polisemia: En este caso, si la persona no ha visto la película, sólo se puede dar la idea pero no conoce el contexto ficticio de la película, pese a eso los mensajes verbales "Mañana entra en vigor la reforma fiscal" y "!Que comiencen los juegos del hambre!" le proporcionan una idea contextual social. En caso de conocer el personaje, obtendrá otra interpretación asociada al papel de ese personaje y encarnándolo posiblemente en EPN

Categorías según John B. Thompson

Fijación en la comunicación mediática: En el mensaje visual, recuerda sin ediciones a Effie Trinket en "Los juegos del hambre" (2008) en la infame escena de elección de tributo obligatorio en el distrito 12, en este caso la memoria social colectiva arma la asociación de elementos fijados mentalmente con la política de reformas y en específico un día antes de entrar en vigor la reforma fiscal el día 1 de enero de 2014 junto a la catastrófica frase "!Que comiencen los juegos del hambre!". La información histórica se contiene en una sola imagen.

Poder simbólico: figura de ficción autoritaria y represiva, asociada en su discurso a la política mexicana por la reforma hacendaria y la declaración catastrófica e inminente.

Apropiación: No necesariamente todos los internautas asociarían a Trinket con EPN ya que él fue quien propuso las reformas desde un principio. Incluso podrían imaginar una escena de ese personaje haciendo tal afirmación para afectar su entorno.

Categorías según Guillermo Orozco:

Audiencias: Son quienes realizan todo el proceso de comunicación, principio y fin. Sujetos que son capaces de producir y reproducir un mensaje. Los cibersujetos colectivos, son receptores de los medios, al mandar su mensaje a través de las redes, otros receptores decodifican culturalmente los elementos del mensaje. Son el epicentro en el proceso de la comunicación. En este caso, la imagen base fue de un personaje ficticio, construyendo el mensaje con frases que suenan fuerte en la realidad.

Elaboración propia

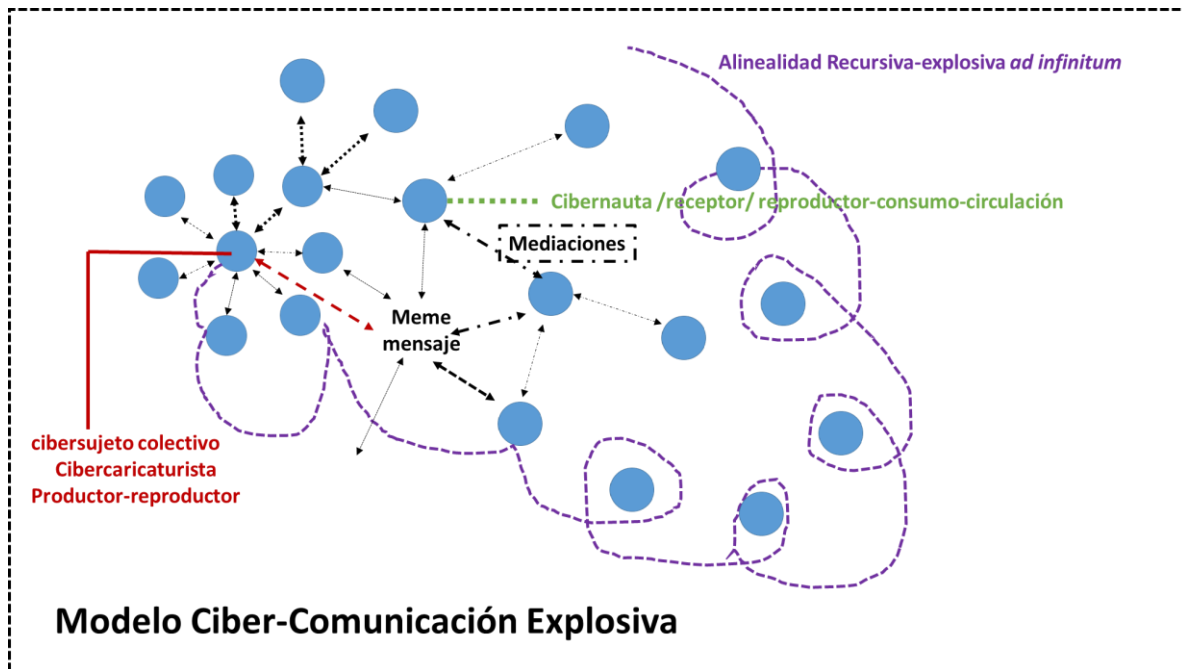
Reflexiones

Una vez terminado el análisis semiótico-discursivo de los memes y para responder a la pregunta de investigación ¿Qué tanto impacto han tenido los memes políticos en las redes sociales? Se obtuvieron los siguientes resultados:

1. En relación con los planteamientos teórico-metodológicos Stuart Hall, John B, Thompson, David Morley y Orozco emplearon las categorías de connotación y denotación, pero no las conciben de manera similar. El punto de convergencia entre estos autores es el sujeto emisor colectivo que inicia el proceso de la connotación y en los memes deja implícito y explícito su mensaje, con un valor simbólico e incluso histórico y polisémico, dicho mensaje llega al receptor colectivo que descifra el contenido, basándose en sus conocimientos culturales e históricos, y este entramado lo teje en la categoría de comunicación mediática.

2. Se concibe el meme político como un tipo de mensajes complejos, donde el nuevo tipo de cibercaricaturista colectivo creador es considerado como un sujeto-emisor colectivo del contradiscurso (Sánchez Guevara, 2005). Este tipo de persona es una entidad compleja que se constituye por un contexto familiar, social, cultural, educativo, político, económico, psicológico, entre otros aspectos que configuran a la persona como sujeto, Sánchez lo define como: el discurso que se opone al hegemónico.
3. El meme es una compleja imagen por estar constituido por dos mensajes: el visual y el verbal. El visual se constituye por lenguaje corporal y facial: la forma de pararse: erguido, jorobado, sonriente, serio, espantado, asombrado, alegre, feliz, actitudes que dan cuenta de las emociones de los personajes retratados. El mensaje verbal escrito es construido por los cibercaricaturistas de memes y es expresado en los globos lingüísticos. En ambos mensajes se expresa la ideología de los creadores, la connotación y la denotación. (Barthes). Sánchez Guevara (2015) a partir de la teoría barthiana, dice que el signo lingüístico constituye la unidad mínima de sentido verbal (primer grado), el iconema es la unidad mínima de sentido visual (primer grado). Ambas unidades mínimas de sentido: verbal y visual al converger en el mensaje configuran la unidad mínima de sentido de segundo grado. Cuando estas unidades mínimas de sentido de segundo grado congregan otras como un campo semántico, entonces se está hablando de unidades complejas de sentido de tercer grado (Sánchez, 2015).
4. El “nuevo modelo de ciber-comunicación explosivo” creado por Sánchez Guevara (2015), se aplicó a los memes. El término explosivo, se toma del estoniano, luri Lotman, de su libro Cultura y Explosión. El modelo indica que la comunicación entre los cibernautas se expande en tiempo y espacios virtuales de manera simultánea en tiempo real o virtual. En dicho modelo hay una alta interacción en el ciberespacio, donde se cultiva la cibercultura por parte de los cibernautas, quienes algunos de ellos son emisores: productores-receptores y otros son receptores-emisores-reproductores cuando comparten los mensajes. Los cibernautas: ya sea los cibercaricaturistas o los ciberusuarios codifican y decodifican con sus respectivas determinaciones psicológicas, políticas, socio-culturales, económica

Figura III.15 Nuevo Modelo de Ciber-Comunicación Explosiva



Elaboración Sánchez Guevara-Chan Lima

Para cerrar por el momento

El estudio de los memes en general y, de los memes políticos en particular resultó una tarea verdaderamente apasionante y enriquecedora, en varios aspectos a saber:

1. Se pudo vislumbrar que los modelos de comunicación propuestos por los autores clásicos como Jakobson, Sahnon, Laswell, Berlo, entre otros, por su misma concepción lineal, ya no pueden ser operativos en la comunicación a partir de las nuevas tecnologías de la información. Por lo tanto, como resultado del estudio de los memes, de los soportes tecnológicos digitales, se llega a la conclusión de un “nuevo *modelo de ciber-comunicación explosiva*.”
2. A partir del nuevo *modelo de ciber-comunicación explosiva*, propuesta de Sánchez Guevara (2015), se crea un nuevo sujeto denominado ciber-sujeto colectivo, y si es el creador de memes, entonces se le denomina como “nuevo

tipo de ciber caricaturista colectivo”, el cual es un sujeto complejo que produce memes como mensajes complejos, en el que se puede observar unidades mínimas de sentido de primer grado, unidades de sentido de segundo grado. Además El cibernauta se divide en el ciber caricaturista y el ciber usuario, ambos codifican y decodifican de acuerdo con sus respectivos contextos socio-culturales-políticos-históricos. De tal manera que, el cibernauta en cualquiera de sus modalidades y el meme son dos sistemas complejos, porque en ellos confluyen la polisemia, la intertextualidad y los diversos códigos verbales y visuales.

3. El estudio de los memes condujo a la investigación a profundidad tanto en los aspectos técnicos como en los contenidos. De ahí la exhaustiva indagación que se hizo del histórico de PEMEX, con lo que se concluye que los memes son *fuentes de información* y por lo tanto recuperan la *memoria histórica*.
4. Una vez analizados cada uno de los elementos que configuran el nuevo *modelo de ciber-comunicación explosiva*, se construye una matriz compleja de sentido.

Figura III.16 Matriz de sentido

MATRIZ DE SENTIDO						
	Objeto Semiótico-Discursivo	No. de memes	likes	Shares	#hashtag	Trending topic
Facebook	La reforma energética	11	29,386	18,436	#PemexNoSeVende #ReformaEnergética #UnidadPorEIPetróleo #ReformaEnergética #noalaPRPrivatización #1000manerasDeRobar	Incuantificable, fue un tema viral de manera descontrolada.
Twitter	La reforma energética	16	100	Rettwits 296	#PemexNoSeVende #pemexsedefiende #EPNTraidorALaPatria #NoAReformaEnergetica #PemexEsDeLosMexicanos #NoALaPrivatizacionDePemex #ResistenciaCivil	Aunque los números parecen ser inferiores, el tema (Reforma Energética) es incuantificable y viral, al colocar un hashtag en el buscador y verificar el historial por horas y horas sin que se terminen las publicaciones, algunas con memes. Por esta razón fue un <i>trendingtopic</i> .

Elaboración Sánchez Guevara-Chan Lima

La matriz de sentido es de doble entrada.

- a) El objeto semiótico-discursivo se refiere al tema o tópico del cual se habla
- b) Likes = me gusta, pero no comparte
- c) Shares = compartidas
- d) #hashtag =
- e) Trendingtopic =
- f) FB = Facebook espacio donde circula el meme
- g) Tw = Twitter espacio donde circula el meme

Obras citadas

Las obras citadas están organizadas por bibliografía y cibergrafía.

Bibliografía:

- Alegría, M. y Guevara, G. S. (2008). "Los excesos sobre el cuerpo. Sus manifestaciones en el ciberespacio" en E. Muñiz (Coord), en *Registros corporales: la historia del cuerpo humano*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Barbero, J.M. (1987 [1991]). "Cultura y política: las mediaciones constitutivas", en *De los medios a las mediaciones*. Comunicación, cultura y hegemonía. México: Gili.
- Barthes, Roland (1986). "La retórica de la imagen", en *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona: Paidós.
- Eco, Umberto (1986). *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen.
- García, Francisco; Gertrudix, Manuel. (2011). *Naturaleza y características de los servicios y los contenidos digitales abiertos*. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, pp. 125-138.
- Hall, S. (1972-79). "Codificar/Decodificar", en *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies*. Londres: Routledge & The CCCS University of Birmingham, 1996 [Unwin Hyman Ltd, 1980]. Traducción de Alejandra García Vargas. Material de uso interno de la cátedra de Sociología de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Jujuy.
- Lévy, Pierre (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. México, UAM-I, Anthropos Editorial.
- Lotman, Iuri M. (1996). "Semiótica de la cultura y el texto", en *La semiosfera I*. Trad. Desiderio Navarro. Madrid: Cátedra.
- Morley D. (1996). Interpretar televisión: la audiencia de Nationwide en Televisión, audiencias y estudios culturales, Buenos Aires: Amorrortu 1996, pp. 111-147
- Orozco, Guillermo (2006). *Medios, Audiencias y mediaciones*. Grupo comunicar. Comunicar, marzo número 8. Andalucía, España, pp. 25-30.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Cibergrafía:

- Candelas, Rocío. (2013, Febrero 15). "1060 millones de usuarios en Facebook en el 2013" Merca 2.0 Mercadotecnia, publicidad y medios. Recuperado el 28 de junio de 2013 en: [Hipervínculo](#)
- Carriles, Luís (2014). El Economista. "Inversión histórica de Pemex, anuncia Peña Nieto". Recuperado el 9 de mayo de 2015 en: [Hipervínculo](#)
- 1CNN México. (2011, Mayo 17). "Facebook, más popular que Youtube y Twitter entre los mexicanos". Recuperado el 1 de julio de 2013 en: [Hipervínculo](#)

Computación aplicada al desarrollo (2013). "Historia de Twitter". Recuperado el 20 de mayo de 2013 en: [Hipervínculo](#)

Díaz, Javier. (2013, Febrero 23). La historia de Facebook en una infografía. Comunidad de emprendedores. Recuperado el 30 de abril de 2013 en: [Hipervínculo](#)

Domínguez, (2012). "Definición". Medios de comunicación masiva. Red de Tercer Milenio. p.12. Recuperado el 17 de abril de 2016 en: [Hipervínculo](#)

Eco, Umberto, (1976). *Signo*. Barcelona: Labor. Recuperado el 27 de abril de 2015 en: [Hipervínculo](#)

E-Marketer.com (2012). "Twitter Grows Stronger in Mexico". Recuperado el 21 de junio de 2014 en: [Hipervínculo](#)

Freire, Juan (2008). Universidad da Coruña. "Los retos y oportunidades de la web 2.0 para las universidades". Recuperado el 21 de junio de 2014 en: [Hipervínculo](#)

González, Beatriz (2013). "Aumenta uso de redes sociales en México". Recuperado el 21 de junio de 2014 en: [Hipervínculo](#)

Haidar, Julieta, (2006). "Debate CEU-Rectoría torbellino pasional de los argumentos". Recuperado el 21 de junio de 2014 en: [Hipervínculo](#)

Hernández García, G. Ignacio (2011). "Historia de las computadoras". Recuperado el 21 de junio de 2014 en: [Hipervínculo](#)

Industria petrolera (2011). "Expropiación Petrolera". Recuperado el 6 de mayo de 2015 en: [Hipervínculo](#)

London, Eric (2014). "Peña Nieto y la privatización del petróleo en México". Recuperado el 9 de mayo de 2015 en: [Hipervínculo](#)

Lotman I. (1996). "La semiósfera I: Semiótica de la cultura y el texto". Recuperado el 20 de mayo de 2015 en: [Hipervínculo](#)

Mendieta, Susana (2013). "Marginados digitales, 72 millones en el país". Recuperado el 15 de mayo de 2014 en: [Hipervínculo](#)

MexicoMaxico (2009). "Cronología Histórica del petróleo en México". Recuperado el 8 de mayo de 2015 en: [Hipervínculo](#)

Narejos, José Ramón (2014) ["Delia Rodríguez: Hay una minoría memócrata que torpedea todo el sistema." Recuperado el 3 de mayo de 2014 en: [Hipervínculo](#)

Pámanes María Alessandra (2013) "Esclavos de los memes". Recuperado el 10 de mayo de 2014 en: [Hipervínculo](#)

Ponce, Isabel (2012, abril 17). "Monográfico: redes sociales". Recuperado el 25 de junio de 2013 en: [Hipervínculo](#)

Quispe, Ortega Lucio Marcelo, (2011). "De la web 1.0 a la 4.0". Recuperado el 5 de febrero de 2015 en: [Hipervínculo](#)

Rodríguez, Delia (2013). "Memocracia: Los virales que nos gobiernan". Recuperado el 10 de mayo de 2014 en: [Hipervínculo](#)

Rubín, Raquel, (2015). "Qué es twitter, como funciona y que te puede aportar esta red social". Recuperado el 15 de julio de 2015 en: [Hipervínculo](#)

Saberia (2014). "¿Quién inventó las redes sociales? Recuperado el 21 de junio de 2014 en: [Hipervínculo](#)

Sánchez Guevara, Graciela (2011-2012). "La caricatura política: sus funcionamientos retóricos", en Revista Razón y Palabra, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Recuperado el 26 de julio de 2014 en: [Hipervínculo](#)

Sanz, Elena (2011) "Para que usamos Twitter", en vanguardia. Recuperado el 28 de mayo de 2016 en: [Hipervínculo](#)

Universidad de Guadalajara. (1997-2015). "18 de Marzo de 1938 – El presidente Lázaro Cárdenas decreta la Expropiación Petrolera en México". Recuperado el 6 de mayo de 2015 en: [Hipervínculo](#)

- Universitat Pompeu Fabra (2013). "Historia y evolución de Internet". Recuperado el 21 de junio de 2014 en: [Hipervínculo](#)
- Uriarte, Cecilia (2013). "Retórica de la imagen- Roland Barthes en presentación ppt de los productos Panzani, análisis de la imagen". Recuperado el 20 de agosto de 2014 en: [Hipervínculo](#)
- Vargas, Rosa Elvira (2011). Hija de Peña Nieto causa ira en Twitter al reenviar mensaje que insulta a críticos. En "La Jornada" el martes 3 de Diciembre de 2011, p. 13. Recuperado el 7 de marzo de 2014 en: [Hipervínculo](#)
- Villalba, Javier (2009) ["Las redes sociales: introducción". Recuperado el 21 de junio de 2014 en: [Hipervínculo](#)

Índice Onomástico

A

Acevedo, E. 7
Águila, C. M. P. 57
Aguirre, J. 4
Aiken, H. H. 19
Albarrán, B. A. 4
Alcázar, D. 86
Alemán, V. M. 61, 147
Althusser, L. 95
Amor. A. M. 62, 64, 148
Anderson, E. 74
Arabia, S. 103
Arancibia, M. 4
Árbol. G. 58, 147
Aunger, R. 7
Ávila, C. M. 59, 60, 92, 147
Azcapotzalco 58, 60, 61, 63, 145, 147-150
Aznaurian, A. 3

B

Babbage, C. 18, 19
Barbero, M. 13, 94, 99, 133
Barco, O. M. A. 6
Barnes, J. 29
Barthes, R. 13, 55, 70, 74-78, 94, 100, 102, 120, 129, 133, 135
Batjín, M. 105
Bauckage, C. 4
Bayma, O.F. 4
Bellas, A. 57
Bellavista, T. 58, 147
Benítez, B. L. 5
Benveniste, E. 95
Best, M. L. 5
Blackmore, S. 5, 7
Blute, M. 5
Brasil, 4, 61, 83, 107
Braunstein N. 95
British, P. 68
Bonilla, R. H. E. 7
Bordieu, P. 122
Buchel, B. 6
Burguess, J. 4

C

Calderón H. F. 66, 150
Candelas, R. 31, 133
Camargo, 61
Campeche, 64, 65
Camuñez M. 68
Cangrejera, 65, 148
Cantarell, R. 64, 65, 150
Cano, F. 61
Cárdenas L. 7, 12, 55-60, 62, 64, 68, 73, 74, 79, 80, 89, 91, 102, 103, 122, 134, 145, 147, 150
Carranza, V. 56
Carrero, A. 6
Carriles, L. 67, 133
Castañeda, O. D. 6
Castelfranchi, C. 5
Cerf, V. 26
Cerrillo, M. A. 4
Cervantes, E. 86
Chac, 64
Chalita, M. V. C. 6
Chan, L. M. 98, 130, 132
Chevron, 68
Chiapas, 65, 148
Chick, G. 5
Chielens, K. 6
Chuayffet, E. 7, 119, 122
Colomo, J. 62, 145
Costaguta, R. 4
Cosoleacaque, V. 67
Cuarón, A. 113

D

Da Cunha, R. R. 4
Daly, M. 5
Danung, J. 4
Dawkins, R. 5, 7, 37, 38
Deacon, T. W. 5
DeVoy, S. 7
Díaz, J. 32
Díaz, P. 7
Díaz, O. G. 63, 147
Distrito, F. 58
Domínguez, G. E. 42, 134
Dorsey, J. 32
Dostoievski, F. 105
Dovalí, J. A. 66, 148
Durham, W. H. 5

E

Echeverría A. L. 64, 148
Eckert, J. 19
Eco, U. 13, 55, 70-72, 133, 134
Elliot S. P. 116
E-marketer, 32, 134
Estados, U. 3, 6, 19, 21, 26, 27, 31, 32, 55, 57, 60, 68, 69, 74, 89, 90, 103, 110
Estrada, L. 86
Excelsior, 69
Eximbank, 60
Exxon, M. 68

F

Faye, J. P. 47, 48
Fish, J. M. 5
Flinn, M. V. 5
Freire, J. 29, 134
Fortuna, N. 61
Foucault, M. 95
Fox Q. V. 66, 91, 149
Fujima, J. 5

G

Gantus, F 7
García, C. C. 6
García, C. N. 121
García, F. 7, 43, 133
Gates, W. 24
Gatherer, D. 5
Gertrudix, M. 4, 40, 133
Gibson, W. 33
Giménez, C. D. 86
Glenn, S. S. 4
Goebbels, J. 48
Gómez, C. E. 86
González, B. 36, 134
Gore, A. 27

H

Haidar, J. 9, 47-50, 95, 134
Hall, S. 13, 94, 97-99, 104, 108, 114-119, 128, 133
Hernández G, G. I. 17-25, 134
Heylighen, F. 5
Hidalgo, M. 65, 66, 148
Hitler, A. 48
Hodgson, G. M. 5

Hollerit, H. 21
Holloway, A. L. 4
Hoyle, L. 7
Huasteca, P. C. 57

I

Ibarra, P. 6
Imperial, C. E. P. 57
Islas, O. 3
Ixtoc, 65

J

Jacquard, C. 19
Jantke, K. P. 5
Jobs, S. 24
Jornada, 105, 135

K

Kaschek, R 5
Kerbrat O. C. 97
Khan, R. E. 26
Kildall G. 24
Knobel, M. 4, 7
Knudsen, T. 5
Kristeva, J. 105
Kuschnaroff, C. F. 4
Kvasnicka, V. 5

L

Langrish, J. Z. 5
Lankshear, C. 7
Leibniz. G. W. 18
Levinson, N. D. 6
Lévy, P. 33-35, 133
Lissack, M. R. 5
London, E. 68, 69, 134
López M. A. 63, 147
López P. J. 65, 148
Loreto, V 4
Lotman, I. 9, 13, 55, 70, 80-82, 84, 85-87, 90, 91, 93, 95, 97, 106, 121, 129, 133, 134
Lozoya E. 68
Lull, J. 4
Lynch, A. 5

M

Madrid, E. 43
Madrid, H. M. 65, 91, 148
Madero F. I. 66, 147, 148
Madero, T. 58, 61, 147
Maldonado, M. 4
Maloob, 65, 150
Mariñez, P. 7
Marsden, P. 5
Marx, C 48, 116
Mata, R. 58, 62, 147
Mauchly, J. 19
Maxico. M. 57, 59, 60-67, 134, 150
Mendieta S. 2, 134
Messina, C.100
Mexican P. C. C. 57
México, 1, 3, 6-8, 10-12, 14, 26, 32, 34-36, 47, 56, 57 59-61, 64-66, 68. 69, 72, 74, 83, 86, 88-91, 101, 103, 110, 112, 123, 133, 134, 145, 147
Mills C. W 114
Minatitlán, V. 58, 62, 64, 66, 147-150
Misión, 61
Morillo, 61
Moritz, E. 5
Morley, D. 13, 94, 97, 99, 108, 109, 114, 124, 125, 128, 133

N

Narejos, J. R. 37, 134
Neiva, E. 4
Neumann, J. 16, 19, 20, 25, 145
Newton, I. 111
Nuevo L. 61, 149

O

Oaxaca, 66, 148, 149
Ochoa, G. 8, 107
Oksana, A. 5
Ordoñez, E. 62
Orozco, G. 114, 125, 126, 128, 133

P

Pámanes, M. A. 39, 41-43, 134
Pascal B. 18
Paz, C. 4
Pêcheux, M. 95, 124
Peirce S. C. 70
PEMEX, 13, 55, 57-66, 68, 69, 89, 91, 100, 101, 131-133, 145-150

Peña, N. E. 12, 35, 50, 53, 55, 59, 67-69, 75, 82-87, 91, 93, 105, 109, 112, 113, 121-123, 133, 134, 135, 145, 146
Peña, P. 105
Petróleos, M. 58, 59, 61, 63, 64, 66, 91, 148, 149 (véase PEMEX)
Pocklington, R. 5
Ponce, I. 29, 134
Poole, C. 44
Pospichal, J. 5

Q

Quispe, O. L. M. 28, 30, 134

R

Rabelais, F. 105
Radcliffe, B. A. 29
Reinfeldt, F. 87
Reporte, I. 39
Reyes, H. J. 63
Reynosa, T. 61, 148
Rivera, A. 104
Robben, A. 83
Roberts, L. 26
Robin R. 95
Rodríguez, D. 37, 38-43, 134
Rojo, M. 86
Romero, F. E. J. 6
Roosevelt, F. D. 60
Rubín, R. 32, 134
Ruíz C. A. 62, 147

S

Saberia, S. E. 30, 134
Salamanca, G. 62, 64, 148-150
Salina, C. 66, 148-150
Salinas, G. C. 66, 148
Salzman, R. 4
Sánchez G. G. 3, 8, 9, 14, 41, 48, 51, 53, 54, 70, 72, 94, 95, 96, 97, 98, 104-106, 108, 110, 114, 117, 119, 129, 130, 132, 134
Sanz, E. 32, 134
Saussure, F. 70, 80, 99
Schmid, H. B. 5
Schulz, A. 5
Shifman, L. 5
Siles, I. 4
Skewes, V. J. C. 4
Souto, M. M. E. 4
Starr, P. 68

Stone, B. 32

T

Tabasco, 61, 62, 65, 145, 147, 148

Thelwall, M. 5

Thompson J. B. 13, 94, 97, 104, 107, 108, 114, 120-124, 128, 133

Tibor, N. I. 5

Tompkins, D. D. 74

Tortuguero, 61

Tula, H. 66, 148-150

Tyson N. G. 8, 110-113, 146

U

Universidad Autónoma de la Ciudad de México 1

Universidad Autónoma Metropolitana 133

Universidad de California 39

Universidad de Cambridge 18

Universidad Central de Colombia 4

Universidad de Chile 6

Universidad Complutense de Madrid 4, 37

Universidad de la Coruña 6, 134

Universidad de Costa Rica 4

Universidad de Guadalajara 56, 134

Universidad de Harvard 19

Universidad de Manchester 21

Universidad Nacional Autónoma de México 3, 6, 59

Universidad Nacional de Jujuy 133

Universidad de Pensilvania 19

Universidad de la Sabana 4

Universidad de Sao Paulo 4

Universidad de Stanford 26

Universitat Oberta de California 4

Universitat Pompeu Fabra 26, 27, 33, 135

V

Valdecasas, 61

Valderrama, C. E. 4

Valmore, A 6

Vargas, R. E. 106, 135

Veracruz, 58, 62, 64, 67, 150

Villalba, J. 30, 135

W

Williams, E. 32

Wilson, O. E. 7

Wilson, S. 74

Wozniak, S. 24

Z

Zapata, M. 5
Zedillo, P. L. E. 66, 149
Zuckerberg, M. 31

Índice Temático

A

Análisis del discurso 9, 15, 95
Análisis semiótico 72, 75, 89, 92, 114, 128

B

Blog (véase weblogs, microblogging y nannoblogging) 42
Bullying (véase ciberbullying) 43

C

Ciberbullying 43
Ciberconsumidores 47
Cibercultura 33, 34, 53, 129, 133
Ciberespacio 9, 33-36, 53, 54, 97, 98, 101, 105, 106, 117, 129, 133
Cibernautas 2, 3, 8-13, 15, 43, 53, 94, 95, 97, 98, 101, 104, 106, 109, 113, 121-123, 125, 126, 129
Cibersujetos 13, 50, 77, 80, 84, 92, 95
Ciberusuarios 3, 129 (véase internautas, cibernautas)
Contagioso 42
Compartidas (véase *shares*) 8, 40, 72, 97, 121, 132
Computadora 2, 16-27, 33, 35, 51-53, 72, 93, 95, 97, 120, 134
Comunidades virtuales 34

G

Gif animado 37
Google 18, 30, 52

H

Hardware 17, 22, 93
Hashtag 35, 42, 83, 89, 90, 92, 100, 101, 132
Hyper Text Markup Language 28

I

Imageboard 44
Impact 52
Interactividad 34, 53
Internautas 2, 3, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 36, 55, 93, 94

L

Lenguajes especializados o de programación 25

Lenguaje virtual 53, 101

Likes 3, 8, 41, 72, 106, 113, 121, 132

M

Me gusta (véase *likes*) 3, 8, 41, 42, 88, 97, 126, 132

Meme 1-16, 36-56, 59, 67, 69, 70-75, 78-89, 91-98, 101-114, 117, 119-132, 134, 145, 146

Memecracia 37, 40, 42, 134

Memética 37, 92

Microbloging 32, 41

Mimeme 38

Mímesis 38

O

Ordenador (véase computadora) 26, 27, 33, 34

P

Paypal 44

Paint 44

Photoshop 52, 96, 103, 107, 126

S

Semiosis 5, 50, 70, 71, 99

Semiótica 9, 13, 15, 50, 55, 70-72, 74, 80, 81, 92, 95, 99, 106, 124, 133, 134

Servidor 27, 28, 44, 51, 52, 145

SMS 32, 101

Software 16, 22,-24, 29, 51, 52, 93

Spammers 44

T

TIC's 3, 6

TPJ 39

Trendingtopics 35, 42, 54, 100, 101, 132

U

Universalización 34

V

Viral 1, 3, 4, 6, 9, 35, 37, 39, 41-43, 54, 93, 97, 120, 132, 134

W

Weblogs 4

Índice de figuras

Figura	Pág.
Capítulo I	
Figura I.1 Ábaco	17
Figura I. 2 Pascalina	18
Figura I. 3 Máquina analítica	18
Figura I. 4 memoria de mercurio EDVAC	20
Figura I. 5 Modelo de Von Neumann	25
Figura I. 6 Descripción gráfica de un servidor	27
Figura I. 7 Imagen real de un servidor en E.E. U.U.	28
Figura I. 8 Las diferentes redes sociales	31
Figura I. 9 La base fundamental de los memes	45
Figura I. 10 Ejemplo de viñeta de meme	46
Figura I. 11 Condiciones de aceptabilidad	47
Figura I. 12 Modelo comunicativo del meme	49
Figura I. 13 Construcción del nuevo sujeto ciber-colectivo	51
Capítulo II	
Figura II. 1 Presidente Lázaro Cárdenas declarando la expropiación petrolera	58
Figura II. 2 Refinería Azcapotzalco comienza a producir gasolinas de alto octanaje para naves aéreas en 1944	61
Figura II. 3 PEMEX descubre el más importante de los yacimientos de gas y de hidrocarburos líquidos, llamado “José Colomo”, en Macuspana, Tabasco	62
Figura II.4 Torre principal del complejo de edificios que integran el campus del Instituto Mexicano de Petróleos en la Ciudad de México	64
Figura II. 5 Complejo de oficinas de Corporativo de PEMEX, construido entre 1980 y 1982	65
Figura II. 6 Meme: Lázaro Cárdenas	73
Figura II. 7 Meme: Tío Sam	73
Figura II. 8 Publicidad de Panzani	76
Figura II. 9 Meme Lázaro Cárdenas vs. Tío Sam	79
Figura II. 10 Meme: Peña Nieto-Las Reformas	82
Figura II. 11 Meme: Peña Nieto-Reforma Energética	83
Figura II. 12 Meme: Peña Nieto-Democracia	84
Figura II. 13 Meme: Quico-Reformas energética	85
Figura II.14 Memes: Televisa	85
Figura II. 15 Meme: Peña Nieto-film El Infierno	86
Figura II. 16 Meme: Peña Nieto-film El Infierno 2	87
Figura II. 17 Meme: #LaResistenciaSomosTod@s	89
Figura II. 18 Comparativo de producción de barriles anuales de petróleo (ANEXOS)	147
Capítulo III	
Figura III. 1 Modelo de la “Ciber-comunicación explosiva”	98
Figura III. 2 Denotación/connotación: Mensaje lingüístico	100

Figura III. 3 Mensaje verbo-visual: denotación/connotación	102
Figura III. 4 La intertextualidad/ interdiscursividad en los memes	108
Figura III. 5 Meme: Neil deGrasse	111
Figura III. 6 Intertextualidad visual y verbal	111
Figura III. 7 Meme: Peña Nieto-Mexicana de Aviación	112
Figura III. 8 La intertextualidad y cibertexto-meme-político	113
Figura III. 9 Diagrama Círculo de producción discursiva	116
Figura III. 10 Modelo de la producción-reproducción-circulación-consumo	118
Figura III. 11 El meme: Circuito de Circulación connotación y denotación	119
Figura III. 12 Reformas estructurales en los cibertextos de humor o memes	122
Figura III. 13 Reformas y juegos del hambre	127
Figura III.14 Meme: Los juegos del hambre, Mañana entra en vigor la reforma fiscal	128
Figura III.15 Nuevo Modelo de Ciber-Comunicación Explosiva	130
Figura III.16 Matriz de sentido	132

Anexos

Figura II. 18 Comparativo de producción de barriles anuales de petróleo

Producción de barriles diarios de petróleo		
Presidente/sexenio	Producción de barriles anual (MB) MB-Millones de Barriles anuales	Avances
Lázaro Cárdenas del Río (1934-1940)	1934: 36.172 1935: 40.241 1936: 41.026 1937: 46.803 1938: 38.482 1939: 42.891	El 18 de marzo de 1938 Cárdenas expropia la industria petrolera y gracias al pueblo se le paga a las compañías extranjeras sus bienes para la nación. Se crea PEMEX el 7 de junio de 1938. En este sexenio hay un estimado de barriles diarios por 7.5 mbd (miles de barriles diarios) por parte de la refinería Azcapotzalco. Después de la expropiación, se tenía la infraestructura para procesar 102,000 bd. (Barriles diarios) con refinerías como Minatitlán, Ver.; Madero Tamaulipas; Azcapotzalco, DF.; Árbol Grande, Mata Redonda y Bellavista en Tampico, Tamaulipas.
Manuel Ávila Camacho: (1940-1946)	1940: 44.045 1941: 43.031 1942: 34.826 1943: 35.153 1944: 38.197 1945: 43.543	Se reforma el artículo 27 en donde expresa en su Artículo 4º para que la nación llevara a cabo la exploración y explotación del petróleo bajo sus propias condiciones. Ávila logra un ajuste del pago total por indemnización petrolera a 24 millones de dólares. México logra importar productos petroleros y amplía la refinería de Azcapotzalco para producir gasolina de alto octanaje para aviación. Entra en operación la refinería Poza Rica para producir 5,000 bd
Miguel Alemán Valdés: (1946-1952)	1946: 49.240 1947: 56.298 1948: 58.520 1949: 60.902 1950: 72.422 1951: 77.308	PEMEX inauguro una nueva refinería en Azcapotzalco, el 20 de noviembre de 1946 con el nombre "18 de marzo" con el fin de incrementar la refinación a 50,000 bd.
Adolfo Ruíz Cortines: (1952-1958)	1952: 77.278 1953: 72.433 1954: 83.651 1955: 89.395 1956: 90.660 1957: 88.266	El 23 de julio de 1955 se inauguran 7 plantas de destilación en Azcapotzalco con capacidad de 100 mbd. El 22 de febrero de 1956 se inaugura la nueva Refinería "Gral. Lázaro Cárdenas del Río" en Minatitlán, Ver., con capacidad de 50,000 bd.
Adolfo López Mateos: (1958-1964)	1958: 93.533 1959: 96.333 1960: 99.049 1961: 106.784 1962: 111.849 1963: 114.867	El 3 de marzo de 1958 comienza a operar el conjunto de instalaciones en Cd. Pemex en Tabasco. Inicia la refinería "Francisco I. Madero" en Tampico, Tamaulipas con plantas nuevas elevando la capacidad a 125 mbd.
Gustavo Díaz Ordaz: (1964-1970)	1964: 115.576 1965: 117.959 1966: 121.149 1967: 133.043 1968: 142.360 1969: 149.860	PEMEX deja de exportar crudo, sus derivados y gas natural por primera vez en su historia en 1966. El 18 de marzo de 1967 se inauguran las plantas que permiten ampliar la capacidad de la Refinería "Gral. Lázaro Cárdenas del Río" en Minatitlán, Ver., a 175,500 bd.

Luis Echeverría Álvarez: (1970-1976)	1970: 156.586 1971: 155.911 1972: 161.367 1973: 164.909 1974: 209.855 1975: 261.589	Se amplía la Refinería "Ing. Antonio M. Amor" en Salamanca a 100,000 barriles diarios y la de Reynosa a 20,500 barriles diarios. Las reservas totales de petróleo ascienden a 5.57 MMB, (miles de millones de barriles). En 1971 se expide la Ley Orgánica de Petróleos Mexicanos. El año de 1974 resulta trascendente por haberse roto el record de producción anual de petróleo crudo, llegando a 209.855 millones de barriles, superando por primera vez, la marca anterior de 1921, que era de 193.3 millones de barriles, es decir, 53 años después. Los campos de Tabasco y Chiapas elevan aún más la cifra en 1975 para alcanzar la cifra nunca antes alcanzada de 261.6 millones de barriles.
José López Portillo y Pacheco: (1976-1982)	1976: 293.117 1977: 358.090 1978: 442.607 1979: 533.329 1980: 708.464 1981: 843.933	El 18 de marzo de 1976 se inaugura la Refinería "Miguel Hidalgo" construida en terrenos de los municipios de Tula y Atitalaquia en el Estado de Hidalgo, con capacidad para procesar 150 mbd. Se amplían las Refinerías de Azcapotzalco, Madero, Minatitlán y Poza Rica a 105 mbd, 185 mbd, 270 mbd (incluye la fraccionadora de gasolina) y 38 mbd respectivamente. En 1977 se terminaron y pusieron en operación siete plantas de la Refinería "Miguel Hidalgo" en Tula, Hgo., con capacidad combinada de 150,000 barriles diarios. El 24 de agosto de 1979 se inaugura la Refinería "Ing. Antonio Dovalí Jaime" en Salina Cruz, Oaxaca con una capacidad de 165,000 barriles diarios. Al entrar en operación la planta Combinada No. 2 en 1980, de 135,000 barriles diarios en la refinería de Cadereyta, nuestro país se coloca en el undécimo lugar como refinador, con una capacidad de proceso de 1,476,000 barriles diarios de petróleo crudo y líquidos procedentes del gas. Las reservas totales de petróleo ascendían a 45.803 MMB, (miles de millones de barriles). El 29 de abril de 1981 se inaugura el Complejo Petroquímico "La Cangrejera" con capacidad para procesar 113,000 barriles diarios de crudo y líquidos.
Miguel de la Madrid Hurtado: (1982-1988)	1982: 1,002.436 1983: 972.922 1984: 982.517 1985: 960.114 1986: 886.110 1987: 927.319	Una caída generalizada de los precios internacionales del petróleo afecta gravemente a la economía mexicana, que al encontrarse seriamente endeudada entra en una grave crisis financiera en 1982. En 1984 entran en operación las ampliaciones de la Refinería de Poza Rica, la cual llega a una capacidad de 72 mbd y la refinería de Salamanca, con una capacidad de 235 mbd. En 1987 entra en operación la ampliación de la Refinería "Francisco I. Madero", la cual llega a una capacidad de 196,000 barriles diarios. Entra en operación la ampliación de la Refinería "Miguel Hidalgo" en Tula, Hgo., con la Planta Primaria No. 2 de 165,000 barriles diarios, para llegar a 320,000 barriles diarios de capacidad.
Carlos Salinas de Gortari: (1988-1994)	1988: 917.416 1989: 917.354 1990: 930.020 1991: 976.682 1992: 973.719	En 1989 se amplía la Refinería "Ing. Antonio Dovalí Jaime" en Salina Cruz, Oax. Al entrar en operación la Planta Primaria No. 2 con capacidad para procesar 165,000 barriles diarios. Se llega a la más alta capacidad de destilación atmosférica en el Sistema

		1993: 975.791	Nacional de Refinación de 1, 679,000 barriles diarios. Para 1990 las reservas totales de petróleo ascienden a 66.45 MMB, (miles de millones de barriles). Tras de casi 60 años de operación, la refinería 18 de Marzo en Azcapotzalco, ocasionó severas afectaciones por hidrocarburos en el suelo y subsuelo de la zona. Por instrucciones presidenciales, el 18 de marzo de 1991, la refinería cerró sus operaciones y en una parte de los terrenos se construyó una moderna Terminal de Almacenamiento y Reparto. También queda fuera de operación las refinería Poza Rica y la capacidad total de proceso de crudo se reduce a 1,525,000 barriles diarios. En 1993 se plantea la urgente necesidad de construir diversas plantas dentro del paquete ecológico, con el fin de mejorar la calidad de las gasolinas, diesel y combustóleo. Inician operaciones la planta Desintegradora Catalítica Núm. 2 y la Planta Reductora de Viscosidad en la refinería de Salina Cruz, Oaxaca.
Ernesto Zedillo Ponce de León: (1994-2000)		1994: 980.061 1995: 955.278 1996: 1,043.291 1997: 1,103.110 1998: 1,120.716 1999: 1,060.700	En 1995 en las refinerías de Cadereyta y de Minatitlán, inician operaciones las respectivas plantas de Isomerización. En la refinería de Ciudad Madero, inicia operaciones la planta Reformadora y en Salamanca la planta MTBE. Las reservas totales de petróleo ascienden a 62.058 MMB, (miles de millones de barriles). Para 1997 en la Refinería de Salina Cruz, Iniciaron operaciones las plantas de Alquilarción e Isomerización. En la Refinería de Cadereyta inicia operaciones la planta Desintegradora Catalítica II y en la Refinería de Tula la planta H-Oil. En este año Inician los programas de reconfiguración del Sistema Nacional de Refinación, que incluye las refinerías de Madero, Cadereyta y Minatitlán. La capacidad instalada de las 6 refinerías es de 1, 525,000 barriles diarios, la misma desde 1991 ya para 1999.
Vicente Fox Quesada: (2000-2006)		2000: 1,099.367 2001: 1,141.368 2002: 1,159.641 2003: 1,230.377 2004: 1,234.758 2005: 1,216.672	El 20 de julio del 2000 se inició el proceso de reconfiguración de la Refinería Ing. Héctor Lara Sosa de Cadereyta, Nuevo León, para incrementar su capacidad de refinación de 235,000 barriles de crudo por día actuales, hasta 270,000 barriles diarios, .Constará de 9 plantas nuevas y la ampliación de 10 plantas ya existentes. Este proyecto tendrá un costo total de 1,618 millones de dólares. Las reservas totales de petróleo ascienden a 56.2 MMB, (miles de millones de barriles). Para el 2001 las reservas totales de petróleo ascienden a 53.0 MMB, (miles de millones de barriles). Ya en el 2002 las reservas totales de petróleo ascienden a 50.0 MMB, (miles de millones de barriles). Ahora en 2003 las reservas totales de petróleo ascienden a 48.0 MMB, (miles de millones de barriles). En 2004 se establece nueva marca anual de extracción de crudo, llegando 1,234 millones de barriles. Las reservas totales de petróleo ascienden a 46.9 MMB, (miles de millones de barriles). Y en 2005 durante los meses de abril, mayo y junio Petróleos Mexicanos produjo un promedio diario de tres millones 425 mil

		<p>barriles de crudo. De estos exportó un millón 831 mil barriles a sus clientes en América, Europa y el Lejano Oriente. El resto se envió al sistema nacional de refinación.</p> <p>Las reservas totales de petróleo ascienden a 46.4 MMB, (miles de millones de barriles)</p>
<p>Felipe de Jesús Calderón Hinojosa: (2006-2012)</p>	<p>2006: 1,188.286 2007: 1,122.634 2008: 1,018.925 2009: 949.540 2010: 940.612 2011: 931.705 2012: 929.988</p>	<p>PEMEX lanzó al mercado nacional la gasolina Premium Ultra Bajo Azufre.</p> <p>Para este Año PEMEX Exploración y Producción reportó un total de 364 campos productores, de los cuales 214 son de aceite y 150 son de gas. En cuanto a la localización, 246 pertenecen a la región Norte, 88 a la región Sur, 13 a Marina Noreste (Cantarell y Ku-Maloob-Zaap) y 17 a la Marina Suroeste.</p> <p>Las reservas totales de petróleo ascienden a 45.4 MMB, (miles de millones de barriles), esto en 2006. Al 31 de diciembre de 2007 el avance de la reconfiguración de la refinería Lázaro Cárdenas, la más antigua del sistema, localizada en Minatitlán, Veracruz, fue del 75%. La inversión total estimada del proyecto es de 3,100 millones de dólares.</p> <p>La capacidad instalada en las plantas de refinación primaria de PEMEX, es como sigue en miles de barriles diarios: Salina Cruz, 330; Tula, 315; Cadereyta; 275; Salamanca, 245; Madero, 190; Minatitlán, 185. La capacidad total de refinación primaria en 2007, asciende a 1, 540,000 barriles diarios, prácticamente la misma de 1991, cuando salieron de operación las refinerías de Azcapotzalco y Poza Rica, que era de 1, 525,000 barriles diarios. Las reservas totales de petróleo ascienden a 44.5 MMB, (miles de millones de barriles). Para 2009 las reservas probadas totales de petróleo ascienden a 43.6 MMB. Para 2010 las reservas probadas totales de petróleo ascienden a 43.1 MMB. Ya en 2011 Las reservas probadas totales de petróleo ascienden a 43.1 MMB. Y por último en 2012 La producción anual del año 2012, equivale aproximadamente al 75% del máximo histórico de 2004 que fue 1,234.758 millones de barriles anuales.</p>

Fuente: Pemex, Exploración y Producción. Recuperado el 21 de Octubre de 2015 en:
<http://www.mexicomaxico.org/Voto/pemex.htm>
<http://www.sener.gob.mx/webSener/portal/Default.aspx?id=1502>