

El discurso político a través del meme

Karina Juárez Morales

Escuela Nacional de Antropología e Historia

En la actualidad es común que se llegue a pensar que la comunicación digital ha hecho que las personas pierdan la capacidad de argumentar de manera profunda, respecto a los temas sociales, políticos y culturales que estamos viviendo, pareciera que todo se ha reducido simplemente a las reacciones, lo que hace que los sujetos caigan en el estado de censura o de auto censura, es decir que se habla de una "memización la cultura", donde todo se presenta simplemente como una mera caricatura.

La propuesta de esta ponencia, se basa en un seguimiento a la manipulación que los usuarios de redes digitales, pueden dar al contenido social y presentarlo como un meme en un contexto digital, en este punto los memes pueden llegar a ser un problema para la manipulación del punto de vista social, ya que los receptores de tales contenidos los pueden tomar como verdades únicas de los acontecimientos. Según este planteamiento los memes son simplificadores del lenguaje, y sobre todo simplificadores de la opinión que, bajo tales condiciones sería incapaz de existir o más bien resistir la viralización a la cual, son sometidos en la actualidad.

Se podría decir, desde una perspectiva muy superficial que la función de los usuarios en Internet es la culpable de decodificar el lenguaje y codificarlo nuevamente conforme a su voluntad y de esta forma ser usado sin preocupación del despojo del sentido social y cultural de las palabras. A este rol de los participantes digitales, Pérez Salazar (2012) lo considera como la función de "lecto-escritores", es decir que son los individuos capaces de recibir y al mismo tiempo construir el contenido que circula en Internet. Y es justo en este punto de apropiación donde se colocan los memes que en realidad se han hecho muy populares en la vida cotidiana de las personas y como dice el autor, llegan a sobrepasar la barrera de la vida digital.

Y es que los memes podrían parecer elementos libres de circular por la red, pero su contenido los ha dotado de códigos que a su vez hacen que se generen lazos culturales e identitarios entre quienes los comparten (que no necesariamente deben ser duraderos, pero si son profundos para los usuarios). O como lo dice Delia Rodríguez (2013), los memes son ahora más que nunca "proyecciones de lo que la gente quiere ver en ellos", nos encontramos en un momento en el que nuestra realidad está cada vez más construida por memes determinados, desplazando por mucho a los espontáneos.

Antes de continuar hablando de cómo los memes se han abierto camino en la vida política, al grado de que parece que cambian el camino o las decisiones de los actores políticos, así como para el resto de las personas que tienen acceso a Internet. El primer teórico en usar el término fue Richard Dawkins (1976) quien habló de la *memetología* como parte de la biología, ya que estudiaba a los nuevos replicadores sociales parecidos a los genes, a los que llamo *Mimeme*. Según este autor, se usa como unidad de trasmisión cultural. Dawkins (1976) planteó que los **memes** son "una unidad cultural que se replica" y que han estado presentes desde antes del formato digital conocido en la actualidad.

Ya en el formato digital, los primeros memes de los que se tienen registros son dibujos muy básicos en blanco y negro y son muy expresivos¹. Algunos de los foros en los que nacieron estos memes son: cuantocabron.com (hispano) y 4chan4 (anglo y el japonés), su inicio se remonta al 2003.



Imagen 1 (Fuente: 4chan.com)

Estos foros nacieron con el objetivo de construir comunidades que permitieran a las personas identificarse mediante gustos muy específicos y, de esta forma crear vínculos que los representaran, pero, sobre todo se quería acortar las distancias físicas e, incluso de un idioma que hace sentir a las personas como sujetos aislados.

¹ Los cuales podría ser referidos como viñetas, entendiendo estas como "la representación pictográfica del mínimo espacio y/o tiempo significativo, y constituye la unidad mínima del montaje del cómic. Este espacio acotado y escénico recoge una acción dibujada y en ocasiones un texto, por lo que dentro de ella suelen coexistir el lenguaje icónico y a veces también el lenguaje verbal."
<https://es.wikipedia.org/wiki/Vi%C3%B1eta>

Así, las plataformas de Internet generan un nuevo modo de usar el lenguaje y de expandir los pensamientos de sus usuarios. Dicho lenguaje que se maneja con códigos que no sólo se componen de palabras escritas, sino que usan varios símbolos y gráficos cuyo uso pareciera generalizarse en varias partes del mundo, pero respetando algunas variantes culturales. De tal manera que:

El lenguaje en Internet es la lengua digital de los chips, para lo cual no existe diferencia entre texto e imagen, entre habla escrita, entre un idioma y otro, cuando se traduce en lengua es cuando recobra significado en el ámbito cultural y económico (Ceibrán, citado por Navarro, 2009: sp).

Esta forma de comunicación tiene en común que su uso se ha vuelto muy popular no sólo en las plataformas de Internet, sino que se han usado también en los sistemas de telefonía móvil², lo cual los ha convertido en representantes de la comunicación actual³. Por lo cual, una de las ventajas que pueden encontrar los usuarios de Internet, es que cualquiera de ellos se puede convertir en creadores de estos nuevos códigos de lenguaje gráfico, o de cualquier tipo de material visual que se comparte en las redes digitales⁴.

Por otro lado, Susan Blackmore (2000) plantea el surgimiento de un lenguaje escrito y oral de los memes, a través de la imitación como un sistema de aprendizaje, volviendo al sistema memético algo más preciso, perdurable y fácil de reproducir. En términos de lo digital, ella propuso una variante del meme, al que llamó **teme**, el cual no necesitaría del factor humano para su transmisión y reproducción, aunque es difícil imaginar la reproducción de los memes sin la intervención de las personas, ya que estos mensajes necesitan de los receptores que se apropien de ellos y compartan las ideas como una insignia de representación.

Y es que, sin esa apropiación de las personas hacia los memes, la comunicación digital no hubiera podido entrar en la cotidianidad de los usuarios como lo ha hecho en la actualidad. Transformando la percepción de lo que es lo social, cultural y político, ahora los Estados se ven frente a un nuevo mundo que hace que los individuos que acceden a la hiperconexión, se encuentren informados y desinformados al mismo tiempo.

Esta forma de comunicar, también se conoce como lenguaje multimediático, y según Salvador Bravo (2018) se compone de dos fases. En la primera se debe tener presente el contexto digital en el que son programados, ya que en la mayoría de las redes digitales a las que acceden los usuarios, estos códigos programados son los medios de expresión que se

²Que en la actualidad también están conectados a Internet.

³ Se puede entender que a la lengua de los memes como un sistema y el habla de los memes como su ejecución singular en contexto y cada meme como un acto del habla que se interrelaciona en conversaciones.

⁴ Como en el caso de los imemes, término que se explica con mayor claridad más adelante.

usan para manifestar la apropiación de los mensajes. Aunque este conjunto de elementos parezca reduccionistas y simples, sirven al autor y creador del mensaje en primera instancia para conocer la opinión de otros a los que alcance, lo cual dará sentido a la segunda fase de este lenguaje.

En esa segunda fase, aparecen todos los formatos de los cuales se pueda hacer uso para transmitir el mensaje, y estos pueden ser: textos, imágenes, vídeos, audios o animación. Es entonces que los memes se convierten en una herramienta de comunicación, ya que pueden ser desarrollados por los usuarios y están enfocados a la adaptación, tanto del contenido como de la interfase de las redes sociales digitales. Los memes podrían entrar también en la clasificación de hipertextos, entendidos entonces como bloques de palabras o imágenes electrónicas unidas, que recorren distintos sitios, llamados también enlaces, nodos o tramas.

Así, los memes han dejado de lado el papel que por mucho tiempo se les dio como simples elementos humorísticos y en relación con la política son ahora herramientas como lo señala Alexandra Celorio (2019), son parte de la construcción y la visualización de un nuevo imaginario cultural de la política. No se puede pensar que los memes siendo un producto cultural tienen un mensaje simple y banal, desde el momento de su producción cada elemento es pensado con ciertas características, lo cual quiere decir que el creador del mensaje ha pensado en sus posibles receptores y en la importancia que su mensaje pueda tener en ellos, por lo cual se valdrá de todos los factores necesarios para hacer de su mensaje algo profundo y duradero en los usuarios receptores.

En la actualidad, los medios digitales son las principales plataformas para expresar este tipo de ideas, para sacar y comunicar dentro de sus reglas las pasiones que guían los pensamientos desconocidos de los individuos que, sólo el humor puede conducir de una manera socialmente "adecuada". En estos espacios, los usuarios están más expuestos que en cualquier otro contexto a reaccionar, conducidos por las emociones y empoderados por los beneficios que otorga el *clic*.

El mundo digital y las formas de acceso a él (tales como las computadoras o los teléfonos inteligentes), han dotado a las personas de un empoderamiento creativo donde con frecuencia, emergen las perversiones disfrazadas de humor. La necesidad de comunicación de las personas es cada vez mayor, lo mismo que la necesidad de aceptación, por tanto, opinar de cualquier tema social es cada vez más importante e incluso es necesario para todos aquellos que se encuentran en el ***cibermundo***.

Los temas de política y religión son tan sólo un par de ejemplos de todos aquellos aspectos sociales que han tomado fuerza en las unidades replicadoras (los memes) que se

generan en Internet, es decir que cada vez es más común que durante nuestro tiempo de interacción digital encontremos memes que se dirijan a un tema en específico, y que se vuelvan tendencia en tan solo unas horas, misma rapidez con la que pueden desaparecer de los espacios digitales. Como dice Mario Guillamó (2019), ahora en la cultura digital se ha colocado a la imagen por encima de lo escrito, lo visual y lo instantáneo dominan la comunicación de las personas que participan en las redes digitales.

Pero al hablar de política y de la apropiación de los discursos por parte de los receptores sociales, es imposible no mencionar que el humor, en estos temas, así como en la religión y la cultura, no es un fenómeno muy actual. Como primer punto, hay que distinguir que existen muchos tipos de humor, lo que convierte a esta herramienta un multi recurso que, puede ser usado a favor o en contra de las ideologías de los contendientes.

Ziv y Diem (1992), son dos de los autores que hablan del tema del humor como una característica fundamental de la esfera social. Para ellos, la importancia del estudio del humor de las personas, radica no sólo en lo que psicológicamente puede decir de un sujeto, sino del tipo de relaciones sociales que este puede llegar a desarrollar con la práctica de cierto tipo de humor, ellos dicen que "La creación del humor es la capacidad de percibir relaciones originales entre los seres, los objetos o las ideas antes de comunicar esta percepción a los demás" (pp.11).

Los mismos autores, marcan el punto del uso de esta herramienta social, como un arma de agresión en la comunicación que se da entre dos o más grupos y, resalta los errores o las características que se pueden considerar como parte de los defectos del sujeto que se vuelve parte del objeto del humor, en especial cuando se trata de temas políticos donde comúnmente la sátira es la representación cómica más popular. Sin embargo, al mismo tiempo, puede ser un arma defensiva, ya que, al atacar y ridiculizar la imagen del otro, las personas sienten una satisfacción propia por haber sido capaces de un ataque intelectual que, si es aceptado por un grupo de personas les ayuda a generar gran autoestima, de esta manera:

El humor permite decir o sugerir ideas desagradables sin tener que temer reacciones violentas ni represalias. Bien al contrario, si la <<víctima>> de la broma no ríe, si se niega a captar la muestra de humor, a reconocer las reglas del juego, será acusada de no tener sentido del humor. La única defensa inteligente es responder en el mismo tono, siempre en clave de humor (Ibídem: 25).

Hay quienes piensan como Sylvie Octubre (2019) que este tipo de medios y de humor (que en ellos se generan), es únicamente parte del sector juvenil de las culturas, pues para Octubre, sólo los jóvenes son capaces de interesarse por contenidos como los memes y,

aunque en su libro hace un énfasis en la importancia que el desarrollo de los códigos expresivos que aquí aparecen, se le escapa el hecho de no resaltar que el humor que manejan los contextos digitales, no es uno solo, sino que hay distintos tipos y, no todos deben ser ligados a la población joven, a pesar de que esta autora afirma que, los jóvenes son los verdaderos Amos del mundo digital.

Para Schmidt (1996) el terreno de los chistes o, en general del humor político es poco analizado, esto ya que, según él, la imagen de los políticos debe ser formal y solemne, por lo menos de manera oficial, pues afirma que así es como debe ser recordado en la historia, cualquier político con un cargo importante para la nación. En público, deberá estar a la altura de la perfección, por lo que se elimina cualquier tipo de emoción que derive de él y, si fuera necesario recurrir al humor por parte de algún político, deberá ser empleado como arma defensiva, para mejorar su imagen y la de su partido y seguidores.

Pero, así sea como arma defensiva u ofensiva, saber cuál es el motivo que genera el humor en las personas es algo tan complejo, como la complejidad que envuelve la esencia natural del hombre, hacer humor en las redes no es nada fácil, mucho menos cuando de política se trata, ya que se puede ser gracioso y al mismo tiempo ofensivo y eso dependerá mucho del receptor del mensaje y de los códigos del lenguaje que este maneje, pues en muchas ocasiones, pueden no ser los mismos que los del autor del "chiste", o en el caso particular de este texto, el meme.

También hay que tomar en cuenta que los memes políticos como los conocemos en su forma digital actual, tienen la característica de la durabilidad, esta se suma al valor de la *viralidad*, que para Vélez (2007) es algo totalmente independiente de la veracidad del contenido, por lo que, no debe sorprender que en cuanto a la política muchos de estos memes sean generadores de otro fenómeno conocido como *Fake news* o Bulos que refieren las noticias falsas y que en Internet es un recurso que se hace cada día más frecuente. Sin embargo, como lo dice el autor, se debe entender que, con esta condicionante, debe quedar claro que el significado de los memes digitales es muy diferente tanto para su creador como para su receptor, por lo que dependerá mucho del contexto de circulación cómo sea entendido el mensaje.

En el caso de la política mexicana esto se ha visto reflejado en el actual sexenio que comenzó en diciembre del 2018, con el presidente Andrés Manuel, quien desde su nombramiento después de ganar las elecciones de ese año, no ha dejado de ser objeto de los memes, que se han manifestado tanto a favor como en contra de los pasos que el y su administración ha realizado.



Imagen 2 (Fuente: Facebook.com; 2018)

En este contexto, los memes han sido tomados por grupos opositores como el medio por el cual tratan de influir en la opinión de receptores que se identifique con ellos o que simplemente estén en contra de la figura del presidente de México. Desde el momento en el que comenzaron oficialmente los debates en la campaña presidencial, la figura de AMLO se hizo notar, bastaba con que durante los debates mencionara o dijera algo que podía causar un poco de controversia para que los memes al respecto comenzaran a circular, de hecho, después de su triunfo se comenzó a popularizar la idea que su triunfo era parte de los memes.

Desde ese 2018 hasta ahora en el 2021, es común en las redes sociales que las personas se encuentren entre las publicaciones recomendadas por el algoritmo de Facebook (una de las características que corresponden también a la primera fase propuesta del lenguaje multimediático) una publicación que cuestione lo sucedido en México y que se relacione con la política, se da así un interés por parte de los usuarios en participar de estos mensajes que circula y también se marca una brecha que es muy notoria entre los seguidores y opositores del presidente. Dando paso a la fase del proceso de comunicación digital que suele ser muy atacada que es el reflejo de las opiniones y de las reacciones, se piensa que estas son banales y carecen de un verdadero entendimiento, entonces los usuarios serían simples receptores pasivos de todo lo que reciben.

En este proceso en el que los memes se han colocado como parte de la cotidianidad, se necesita remarcar que en las redes no todo es automático e independiente de los usuarios,

como lo señala Bravo (2018) los creadores son sensatos de las programaciones de los contextos de las redes digitales, y es dentro de esta conciencia que se piensan todos aquellos elementos que componen la parte gráfica o textual del meme, dando sentido a la reacción que es lo que contribuirá a la viralización de su contenido.

Pero en relación con los temas políticos es justo esto lo que los memes tienen como intención, fuera de caricaturizar o ridiculizar un hecho o a una persona, su intención se concentra en provocar las reacciones emotivas y para eso se valen de muchos recursos, cómo modificar el lenguaje, porque lo importante de los memes que recibimos por Internet no es su correcta ni apropiada forma de expresión, sino quedarse en la mente de las personas y de esta forma contribuir a la construcción de su opinión que se verá reflejada en las acciones cotidianas fuera de la red.



Imagen 3

(Fuente: Facebook/ Peje-esponja Pantalonesguangos 2019)

Por ejemplo, durante los cien primeros días del gobierno del actual presidente de México, Andrés Manuel López Obrador (conocido popularmente también como AMLO), en las redes como Facebook⁵ se empezó a notar más la participación de los usuarios de la plataforma en cuanto a los temas a los que el Estado les estaba dando prioridad. Además, el presidente decidió dar más importancia a la fecha, nombrando este evento como su primer informe de gobierno, por lo que surgió una campaña en los medios de comunicación en los

⁵ En México, según datos de Digital 2020, Facebook es uno de los foros que más se prestan para la construcción de las comunidades digitales, sea cual sea la temática.

que se hablaba en forma de una lista todos aquellos puntos que, según el Estado, se prometieron en campaña y hasta marzo del 2019 ya se habían cumplido.

En este caso el papel de las redes comenzó cuando algunos de los llamados opositores del gobierno, realizaron su propia campaña en grupos (comunidades virtuales), viralizando todos aquellos puntos que se había prometido en campaña y hasta esa fecha no se cumplieron, o no del modo en el que ellos lo esperaban, algunos de esto casos son los siguientes memes:



Imagen 4

(Fuente: Facebook Secretaría del Meme)



Imagen 5

(Fuente: Facebook Secretaría del Meme)

Como se puede observar, estos dos memes eran un claro reclamo al hecho por el presidente durante los cien días de gobierno. Y si bien, el grupo del que se obtuvieron hace referencia a una neutralidad al partido del presidente o a él mismo, es importante en este punto conocer el contexto, el cual también es parte importante de la comunicación en la que participan los memes en la actualidad, es notar la recepción que los usuarios tienen del grupo, ya que al final son ellos los que decidirán la posición de los perfiles en Facebook, y para lo cual hay que saber que se adapta al propio entorno de su realidad que es lo que ellos quieren escuchar y en que es lo que ellos quisieran creer como verdadero.

Esto es muy importante ya que no hay que olvidar que atravesamos por un momento en el que los medios digitales⁶, se han convertido para una gran cantidad de personas a nivel global, en su fuente principal de información. Incluso, David Caldevilla (2016) habla de la introducción que los gobiernos han empezado a manejar en las redes sociales, donde las líneas de comunicación no siempre son muy claras ya que, en principio, se deben olvidar las intermediaciones partidistas, a las que anteriormente, la gente estaba acostumbrada para poder crear un contacto con las figuras políticas de manera directa. La nueva figura dominante en los entornos virtuales es la de un lector que a la vez es un narrador de los hechos, es decir que, no se piensa en un sujeto que recibe los mensajes de forma pasiva, si más bien al mismo tiempo es creador de estos y mediador entre su opinión y los discursos políticos.

Otro de los puntos a consideración que, en el caso del primer meme, es extraído de otro grupo que tiene por nombre "EHM (Estoy Hasta la Madre)", según la información que proporciona en la plataforma de Facebook, se describe como un espacio de entretenimiento que en palabras de su(s) creador(es), es un: "Espacio reflexivo sobre todos los que estemos Hasta la Madre". Al igual que muchos otros espacios de contenido político, dice ser un grupo sin preferencia alguno, pero a lo largo de sus publicaciones y por las reacciones de sus miembros, es muy notorio el apoyo para todos aquellos que son de la oposición.

En este punto se puede notar que según el contenido y el tipo de memes que se pueden apreciar en los grupos de Facebook, la política de México se divide claramente en dos bandos, uno es el que está de acuerdo con el gobierno de AMLO y que apoyan todas sus decisiones e incluso entrara a grupos diversos solo para asegurar de que los memes que no están a favor tengan una respuesta que ellos consideren lo suficientemente clara. Mientras que por el otro lado, están los opositores, una categoría que se ha ido ampliado conforme pasan los días en el sexenio y cada vez más personas están dispuestas a comentar sobre sus desilusiones o desacuerdos del gobierno.

⁶ Según el estudio que se presentó de "*DIGITAL 2020: GLOBAL DIGITAL OVERVIEW*", para enero del 2020, los usuarios de Internet eran un aproximado de 4.500 millones de personas, es decir, un 60% de la población mundial están conectados en la web y de ellos el 49% son activos en las redes sociales.
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>



Imagen 6

(Fuente: Facebook Instituto del Meme Electoral IME,2019)

Todos estos aspectos que rodean al meme son necesarios no solo para entender el contenido de los mismos, sino para entender lo complejo de la actual forma de comunicarnos por medios digitales, usando imágenes y muy pocas palabras. Pues tal y como lo sugiere Mario Guillamó (2019), en la cultura digital se ha colocado a la imagen por encima de los textos, lo visual y lo instantáneo. Por lo tanto, el meme digital se ha convertido en una herramienta que tiene como objetivo, atraer a las personas y generar en ellos un impulso de participación. Los contenidos sus contenidos, tienden a enfatizar más los elementos humorísticos que las verdades políticas. Hoy la viralización de la política es más importante que las propuestas, los actores empiezan a asimilar que es más relevante ser visto que ser escuchado.

Esta última característica de la política actual es lo que parece proteger a los memes de los intentos (tanto en México como en otros países) que hasta este momento se han propuesto para tratar de regular el uso, creación y reproducción de su contenido en las plataformas digitales. Como son los caos del 2015 en sonora o del 2016 en San Luis Potosí, donde fueron presentadas en las cámaras de diputados dos propuestas que buscaban bajo los argumentos de "protección del derecho de la vida privada, honor e imagen del Estado" y "considerar a loa memes una nueva forma de violencia y acoso" que el uso de estos llevará como consecuencia para los responsables, un tiempo en prisión que se marcaba desde 4 años en prisión, hasta el cobro de multas por un monto de 350 salarios mínimos, en ese entonces las iniciativas causaron controversia entre los usuarios de redes, pero no tuvieron mayor consecuencia.

En julio del 2020, nuevamente se desató en redes la controversia por el luso de memes, esta vez se acusó al nuevo Tratado de América del Norte (T-MEC) por ser el causante

de la censura sobre los memes y atentar sobre la libre expresión. Y aunque para muchos aun no queda claro cómo es que funcionara este nuevo tratado, lo cierto es que han circulado muchas campañas en las que se trata de hacer conciencia en los usuarios, de cómo se ve afectada nuestra libertad, de cómo el control del estado quiere llegar a manipular la libertad de los memes que usamos diariamente como parte de nuestras vidas digitales que ahora más que nunca nos mantiene activos y conectados en redes una gran parte del día.

Lo cierto es que en las plataformas digitales los usuarios encuentran un espacio en el cual se pueden expresar de una forma en la que les resulta sencilla, donde sienten que sus opiniones son valiosas y escuchadas en formas diferentes, permitiendo también que sus ideas se "contagien" o se refuercen en más de una ocasión.

La colectividad se ha convertido en una especie de inteligencia pública que no puede no tener el poder de influir en un nuevo ambiente político virtual. Aparecen nuevas formas de movilizar a las sociedades que motivan a un gran número de usuarios a participar, el poder del *hashtag* (etiqueta) ha rebasado en ocasiones el propio código digital (el algoritmo) y ha dado a los sujetos el poder de manipular los espacios virtuales y no solo su contenido.

Dentro de los temas políticos, más que buscar la complejidad o simplicidad del meme digital, así como se puede hablar de ellos como una herramienta de ataque, se puede decir que son un elemento de comunicación que ha viajado en la red y se ha empapado de los contextos y de los comentarios, codificando en cada uno de esos distintos momentos su intención y su mensaje.

La opinión que se genera de los memes es también corta, pues los usuarios suelen ser claros y directos y suelen hacer uso de las mismas herramientas para dar a conocer sus opiniones, su reinterpretación del mensaje que llegó hasta sus manos, es así como se puede decir que el meme es un elemento libre de interpretación, las personas lo toman y resaltan el mensaje que les es más similar a su punto de vista, a la construcción de las figuras políticas que ellos previamente han formado y que en Internet suelen reforzar.

Bibliografía:

- Blackmore, Susan (2000). Memes de la nueva era. En La máquina de los memes (245-260). España: Paidós.
- Cicchelli Vincenzo, Octobre Sylvie y Viviane Riegel (2019). Aesthetic Cosmopolitanism and Global Culture, Brill, Leiden/NY.
- Dawkins, Richard (1976). Memes: los nuevos replicadores. En El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta (215-233). España: Salvat Editores.
- De Certeau, M. 1996a. La Invención de lo Cotidiano 1. Artes de Hacer. Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, México, D.F.
- Esaú Salvador Bravo Luis, Adriana Marcela Moreno Acosta, Juana Ma. Alanís Ramírez, Carlos Alberto Sánchez Valles, Juan Sauceo Cortez, Julieta Carabaza González, Beatriz Coss Coronado (2018). Tecnologías de la Información y la Comunicación: Una visión multidisciplinaria. Desde la sociedad hacia la educación. Comunicación, cultura y sociedad, Universidad Autónoma de Coahuila, México.
- Pérez Salazar, Gabriel (agosto-diciembre 2012). Reflexiones epistemológicas en torno a Internet como un medio de comunicación hipertextual. 6, 3, 6-15.
<https://gabrielperezsalazar.files.wordpress.com/2013/01/20120815-reflexiones-epistemolc3b3gicas-en-torno-a-los-actos-comunicativos-en-internet.pdf>
- Rodríguez, Delia (2013) ¿Qué es la Memecracia? en Memecracia. España, Centro Libros PAPP, S. L. U, p.p. 71-77.
- Schmidt, Samuel (1996). Humor en serio. Análisis del chiste político en México. México: AGUILAR. NUEVO SIGLO.
- Vélez Herrera, José Ivanhoe (2007). Evolución en la tecnología: de la inteligencia artificial al meme. México: Palabra de Clío.
- Ziv, A y Diem, J.M. (1992). El sentido del humor. España: Ediciones Deusto.