

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

La Identidad del usuario de Instagram fanático/a
argentino de fútbol a partir de los memes de la
Final de la copa Libertadores 2018

Autor/es:

Rodríguez, Emanuel Nicolás

Urbiola Ríos, Alex

Tutor: Ciarleglio Gonzalo

Carrera:

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

ABSTRACT:

The research will give an account of the identity of, in its two dimensions, the Instagram user who is a soccer fan in Argentina through an analysis that relates, on the one hand, the points of view present in the Peircean visual signs of memes. (it will be called this way because it follows the concept embedded in Peirce's General Theory of Signs) and the points of view present in the texts that accompany the meme, and, on the other hand, the points of view present in the comments these memes are made by subjects / users on Instagram. Soccer memes will be those that have the most interactions (comments and likes) of the five main Argentine memes accounts about sports on the social network Instagram, its order is based on the number of followers they have, around the final of the 2018 edition of the Copa Libertadores de América from the moment the finalists met until the day after the champion was consecrated in the aforementioned contest. Various theories on the field of enunciation, memetics, sociology and social psychology will be used. As a previous observation, it can be assured that said construction will lead us to relate identity with discriminatory aspects of sexual orientation and gender identity and with psychological violence.

RESUMEN:

La investigación permitirá dar cuenta de la identidad, en sus dos dimensiones, del usuario de Instagram fanático/a de fútbol en Argentina a través de un análisis que relacione, por un lado, los puntos de vista presentes en los signos visuales peirceanos de los memes (se le dirá así porque es siguiendo el concepto imbricado en la Teoría de General de los Signos de Peirce) y los puntos de vista presentes en los textos que acompañan al meme, y, por el otro, los puntos de vista presentes en los comentarios que se le hacen a esos memes por parte de sujetos/usuarios en Instagram. Los memes de fútbol serán aquellos que más interacciones tienen (comentarios y likes) de las cinco principales cuentas argentinas de memes sobre deportes en la red social Instagram, establecidas en base a un ordenamiento de acuerdo a la cantidad de seguidores que tienen, en torno a la final de la edición 2018 de la Copa Libertadores de América desde el momento en que se conocieron los finalistas hasta el día posterior a la consagración del campeón en el mencionado certamen. Se utilizarán diversas teorías sobre el campo de la enunciación, la memética, sociología y psicología social. A modo de observación previa, se puede asegurar que dicha construcción nos remitirá a relacionar la identidad con aspectos discriminatorios de Orientación sexual e Identidad de género y con violencia psicológica.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	7
Conceptualización de la problemática.....	7
Justificación Académica.....	9
MARCO REFERENCIAL.....	10
OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS.....	13
HIPÓTESIS PRINCIPAL Y SECUNDARIAS.....	13
ESTADO DEL ARTE.....	14
MARCO TEÓRICO.....	17
<i>Antecedentes al concepto (instrumentalismo vs mentalismo)</i>	17
<i>¿Qué es un Meme?</i>	20
<i>La “Triada Peirceana” y las marcas del Yo/Tú en el Meme</i>	23
<i>Interacciones con el “Meme”: Yendo hacia la definición de Identidad</i>	24
<i>Identidad “Estructura” y “Estructurante”</i>	26
<i>La Identidad Colectiva</i>	30
<i>Las interacciones en Instagram</i>	32
<i>Las variables: ¿Hay discriminación y violencia en el fanático de fútbol?</i>	34
<i>Acerca de la metodología</i>	41
MARCO METODOLÓGICO.....	42
ANÁLISIS.....	43
SELECCIÓN DEL CORPUS.....	43
TABLAS.....	44
Desarrollo del análisis.....	49
CONCLUSIÓN.....	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59

INTRODUCCIÓN:

Los memes cobraron gran importancia en los últimos años gracias a la difusión que permite la utilización que le dan las personas a Internet y las redes sociales. Si intentamos definir este fenómeno nos encontramos con múltiples significados asignados de acuerdo a la corriente desde donde se estudie al meme. Con el fin de delimitar con precisión el campo se aplicará, en principio, la definición esbozada por Dawkins: “Un meme es una unidad mínima de transmisión cultural” (Dawkins, *The Selfish Gene*¹ 1976, p. 19). No obstante lo cual, incluiremos algunos aspectos a la definición, no considerados por Dawkins sino por otros autores, los cuales contribuyen a la caracterización del meme, pero que, asimismo, aún resultan insuficientes para una conceptualización apropiada, por ende se planteará una definición propia más acorde del término.

Retomando con la definición de Dawkins (1976), consideramos que si un meme es capaz de poseer y transmitir cultura, esto es factible de realizarse en cualquier ámbito donde éste aparezca. Ergo, en las redes sociales, particularmente en Instagram, el meme también actúa como una unidad de transmisión cultural.

Continuando con Dawkins, este autor propone la existencia de dos “procesadores informativos” (1976) distintos en los seres humanos: uno actúa a partir del genoma gracias a la replicación de genes a través de las generaciones y otro actúa a nivel cerebral, replicando la información cultural del individuo, la cual es recibida por enseñanza, imitación o simple asimilación, este último tipo de genoma es el que aplica Dawkins para los memes. En este sentido, “los memes conforman la base mental de nuestra cultura” (Dawkins, 1976), como los genes conforman la primera base de nuestra vida.

Esta comparación de Dawkins es lo que le costará decenas de críticas y es lo que suscitará la apertura de nuevas corrientes de estudio del meme, lo cual, al día de hoy, genera un campo muy grande de estudio: la memética.

Por otra parte, hoy en día los memes están tan presentes en la vida cotidiana que lograron ser noticia en distintos momentos de relativa importancia para la sociedad en general. Esto es así dado que muchas veces para un determinado grupo o parcialidad social un tema es relevante mientras que para otros no.

Los grandes eventos deportivos son un claro ejemplo de esto. Por lo general, en los días previos y posteriores a importantes eventos deportivos gran cantidad de memes se hacen presentes en redes

¹ Se traduce: “El gen egoísta”.

sociales como Twitter, Reddit, Weibo, Facebook e Instagram, y videomemes² en redes sociales como Youtube y Tik Tok. Uno de los ejemplos de eventos deportivos de esta índole es el elegido para esta investigación: La Copa Libertadores de América.

De manera introductoria, primero se mencionará el porqué de la elección de este evento deportivo, luego, en el apartado “Marco Referencial”, se explicará brevemente, ya que no es el objetivo de este trabajo, la historia del certamen y el contexto de los clubes que participaron en la final de la edición 2018 de la Copa Libertadores de América.

Debido a su gran importancia, tanto a nivel local como internacional, la final en este torneo entre dos equipos de los más populares en Argentina ha sido elegida como muestra clara y altamente certera para la elaboración de una mayoritaria identidad del colectivo usuario de Instagram fanático/a de fútbol en Argentina.

Para ver la importancia que tuvo y tiene la Copa Libertadores de América a nivel mundial basta con observar, a modo de ejemplo, las estadísticas que nos aporta el Diario Olé en su nota online del 21 de noviembre de 2018 (ver Referencias Bibliográficas) donde habla que para el partido de vuelta de la copa, “River ya acreditó a 882 periodistas de 260 canales de televisión distintos, un 100% más que para un partido de la Superliga, que llegan desde 22 países distintos: la TV sueca y prensa de Omán, Emiratos, Qatar y China, entre otros países europeos y americanos”. (Diario Olé digital, 21 de noviembre de 2018).

Asimismo, a la importancia de este certamen hay que sumarle la que poseen los clubes que disputaron la final: el Club Atlético Boca Juniors y el Club Atlético River Plate, dos de las entidades deportivas más populares en Argentina. Aseveración que podemos verificar con muestras claras, por ejemplo, con el relevamiento que hizo el portal Goal.com el 24 de noviembre de 2018, de la cantidad de seguidores que poseen estos clubes en las cuentas activas oficiales que poseen en la red social Instagram concluyendo que: “Boca lleva 2.982.809 seguidores, mientras que River -con menos publicaciones que su rival- tiene 2.307.624”, situando a cada club en el 1° y 2°, respectivamente, cifras que cabe destacar se encuentran en constante aumento. Si vamos al resto de clubes del fútbol argentino, quien le sigue es “Racing Club con unos lejanos 286.000 seguidores” (Portal Goal.com, 24 de noviembre de 2018).

Otra de las razones por la que son dos de los clubes más populares de argentina tiene que ver con la cantidad de socios inscritos que tienen. Según el sitio Besoccer.com en una nota del 06 de junio de

² Un “videomeme” es un meme en formato de video. Más adelante en esta investigación se desarrollará nuestra concepción de “meme”.

2018, “quien lidera esta tabla es River Plate, con un acumulado de 146 mil inscriptos (...) Un escalón por debajo se localiza Boca Juniors, que goza de una impresionante estructura societaria, con 140 mil personas. El ‘xeneize’ es uno de los más populares del país, y esta cifra abultada es un reflejo de esto. Completando el quinteto con mayor masa social, se encuentran los demás ‘grandes’. Tanto Independiente (110 mil), como Racing Club (65 mil) y San Lorenzo (64 mil) son los que continúan la tendencia masiva en torno a los afiliados” (sitio Besoccer.com, 06 de junio de 2018), como se observa, River y Boca son los que mayor cantidad tienen.

Los niveles de audiencia que tuvo el primer partido de la final también valen la pena mencionar como argumento para respaldar la elección. Según cifras oficiales de la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL), entidad encargada de armar la copa, “más de 300 millones de personas miraron la primera final de la Libertadores 2018” (nota Diario Olé Digital, del 04 de diciembre de 2018).

Por último, se destaca que nunca antes se habían enfrentado Boca y River en una final de un certamen de tanta envergadura a nivel internacional³, con lo que hace únicos a los dos partidos que se disputaron en cuanto a que marcaron el primer antecedente a futuro, si es que se vuelven a dar condiciones similares para que se enfrenten en una nueva final de un torneo relevante a nivel internacional.

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA:

-Conceptualización de la problemática

Por más que el campo de investigación del meme es muy reciente (si bien existen aproximaciones parciales anteriores⁴, recién en 1976 de la mano de Dawkins podemos situar la conceptualización científica del campo: la memética) y que vulgarmente sea conocido como una imagen graciosa, los alcances de este campo son y serán fundamentales para las Ciencias Sociales. En efecto, hay aproximaciones posteriores a la de Dawkins en la memética que han dado grandes contribuciones para la comunicación.

³ Si se habían enfrentado antes en una instancia final pero de torneos “nacionales” del fútbol argentino.

⁴ Para mayor profundidad en cuanto a los orígenes no científicos y sistematizados de la memética ver: Salazar, G. (2017) *Teoría del meme*. En Salazar, G. El meme en Internet. Identidad y usos sociales. México: Fontamara / Universidad Autónoma de Coahuila.

En consecuencia, los aportes de esta investigación podrán ser empleados por diversas ramas dentro de las Ciencias Sociales, como se verá más adelante.

La factibilidad de esta investigación está ligada a muchos aspectos que se tuvieron en cuenta a la hora de evaluar las condiciones necesarias para llevar a cabo este trabajo y obtener los resultados esperados en un lapso de tiempo adecuado, tales como: aproximaciones previas, viabilidad de la aplicación metodológica, tipo de muestreo, técnica de recolección de datos, entre otros. Como se mencionó anteriormente, existen investigaciones académicas previas que aportan y enriquecen el presente trabajo, las cuales serán desarrolladas con mayor profundidad en el apartado Estado del Arte.

No obstante lo cual, cabe destacar la aproximación más cercana en torno a la temática de esta investigación: la de Salazar, Edwards y Archilla (“El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake”, 2014⁵), la cual deja todo un gran campo fértil para analizar, sobretodo en redes sociales.

Ahora bien, siguiendo esas zonas aún sin investigar, la inquietud principal de este trabajo es dilucidar cuáles son los discursos presentes en la identidad del usuario de Instagram fanático/a de fútbol en Argentina a partir de los memes y sus comentarios, es decir, qué características podemos atribuirle a esa Identidad a partir de los puntos de vista que circulan. En efecto, es el cómo está representado ese grupo.

Esa identidad va a ser el objetivo principal, como se verá más adelante, y, sobretodo, lo que se pueda decir sobre esa identidad. Ya que estamos ante una caracterización que supondrá ver cómo son las dinámicas sociales que entran en juego cuando nos referimos al fútbol de Argentina en Instagram. Siendo más específicos, qué discursos, roles sociales, adscripciones colectivas, relaciones entre los individuos/usuarios con el equipo del cual son fanáticos y con su contrario, etc...están subyacentes a los sentidos que los sujetos/usuarios ven, adscriben (o no) y posteriormente replican (o no) en la interacción con los memes.

En fin, cómo será la configuración de la “otredad”, concepto que explicaremos más adelante, y cuáles serán las valoraciones desiguales que el colectivo realiza sobre estos “otros”.

⁵ Existe una profundización de los conceptos de esta Tesis, la cual se encuentra en el libro: Pérez, Salazar, G. (2017) Teoría del meme. En Pérez Salazar, G. El meme en Internet. Identidad y usos sociales. México: Fontamara / Universidad Autónoma de Coahuila. Como se deducirá, el libro es posterior a la Tesis. En esta investigación hacemos mención a ambos, por ende, para saber a cuál de los dos se hace referencia, instamos a considerar el año de publicación que acompaña cada cita.

Siguiendo esta línea, la caracterización de esa identidad permitirá un acercamiento a la representación de algunos estereotipos sociales y culturales presentes en este colectivo.

Como se verá, estamos ante un análisis memético y sociológico que recurrirá a un desglose de los elementos subyacentes en el meme y a la interacción de los usuarios con éste para llegar a una correcta respuesta a la problemática planteada, análisis que será desarrollado en profundidad en las respectivas secciones del presente trabajo.

-Justificación Académica

La presente investigación brindará tanto a los/as estudiantes de Sociología y de Ciencias de la Comunicación como así también a todo aquel interesado/a en el tema una base metodológica para aproximarse a la identificación de ciertos rasgos de la identidad de diversos grupos sociales representados en Instagram y otras redes sociales⁶, factibles de observación y medición. Los cuales, a su vez, permitirán una aproximación a rasgos de la Identidad de los sujetos dentro de ese grupo.

En este sentido, vale la pena aclarar que esta investigación no pretende generar una oleada de análisis vulgares a partir de suposiciones sin sostén. Es por eso que más adelante en el Trabajo describimos una serie de características y cualidades que deben poseer los colectivos elegidos en Instagram para que el análisis que se haga tenga carácter científico, desde la visión de las Ciencias Sociales.

Aclarado esto último, a partir del análisis de tales colectivos, se determinará una Identidad Colectiva, la cual permitirá una leve aproximación a las identidades individuales que conforman el grupo colectivo desde un punto de vista sociológico.

Por otra parte, la investigación puede ser tomada como un material de consulta por parte de los y las profesionales que deseen conocer las características de la identidad del usuario fanático/a de fútbol en Instagram en Argentina, ya sea para replicar y/o profundizar en otros puntos demográficos externos a Argentina (otro país, por ejemplo) o internos (una provincia, ciudad, etc...), en otros grupos sociales manteniendo la temática fútbol (por ejemplo: los fanáticos/as en Instagram del Club Atlético Independiente), o en grupos sociales con otras temáticas (por ejemplo: los fanáticos/as de rugby); investigaciones que, a nuestro criterio, deberán partir desde la interacción de dichos usuarios con los memes respectivos.

⁶ Por supuesto que este análisis se puede replicar en otras redes sociales. No obstante lo cual, nosotros nos remitimos a Instagram porque es la plataforma que optamos y estudiamos en profundidad. En consecuencia, si se desea replicar la investigación en otras redes sociales se deben considerar las formas de interacción de los sujetos/usuarios propias de esas redes sociales.

Asimismo, trabajos de esta índole contribuyen al debate sobre la problemática que presenta el individuo/usuario como generador de comentarios en la plataforma de Instagram a la hora de relacionarse con sus pares y con elementos presentes en la red social: tales como los memes.

Finalmente, debido también a la técnica de recolección de datos optada (ver apartado “Marco Metodológico”), constituirá, además, otro ejemplo de aplicación del Análisis del Discurso.

Como se mencionó anteriormente, resultará enriquecedor el aporte de esta investigación a los fines de identificar qué tipos de discursos circulan en las dinámicas sociales que entran en juego cuando nos referimos a equipos de fútbol argentino en Instagram. Siendo, vale la pena aclarar, los dos más populares del país.

No obstante lo cual, resulta de interés aclarar que la construcción que se hace en esta investigación no es absoluta, sino mayoritaria, ya que se parte del paradigma de que el absolutismo en la comunicación es utópicamente inalcanzable.

MARCO REFERENCIAL:

La Copa Libertadores es el principal torneo internacional de clubes de fútbol en Sudamérica. Está organizado por la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL) desde 1960. La diagramación del certamen del 2018 consistió en una competición anual de la que participaron 47 equipos de países de América del sur en un torneo constituido por 6 etapas. El ganador fue habilitado para jugar la Copa Mundial de Clubes de la Fédération Internationale de Football Association (FIFA).

Cabe aclarar que a partir del 2019 la CONMEBOL aprobó modificaciones en la competencia, en lo que respecta a la cantidad de equipos participantes y demás reglas de juego, por lo que, organizativamente la competición que se desarrolló en 2018 ya no se repite actualmente, aunque no se descarta que en un futuro vuelva a adoptar la metodología organizativa de la edición mencionada. En este sentido, cuando esta investigación se refiera a la Copa Libertadores de América lo hará desde la visión organizativa y administrativa que hubo hasta 2018.

A finales del 2018, se jugó la final 59° de la Copa Libertadores de América. Una final muy distinta a todas las anteriores, debido a que consistió en un duelo entre los dos principales equipos de fútbol en Argentina que, además, se los considera clásicos rivales entre sí. Es por eso que se la conoció como la primer *Final Superclásica* en una competencia internacional, o más vulgarmente como “Superfinal”.

La final de esta competencia consistió en una disputa en formato ida y vuelta. Es decir, dos partidos, uno en la cancha de cada competidor, donde el ganador en el resultado global de ambos encuentros es quien se lleva la copa.

El primer partido de la final 2018 tuvo lugar en el Estadio Alberto J. Armando, en Buenos Aires. Es decir, en el estadio del Club Atlético Boca Juniors, el 11 de noviembre del 2018. El resultado de ese encuentro fue en empate por 2 a 2.

El segundo partido se iba a desarrollar en el Estadio Monumental Antonio Vespucio Liberti del Club Atlético River Plate, también en Buenos Aires, el 24 de noviembre. Sin embargo, debido a graves fallas del operativo de seguridad fue suspendido. Los jugadores de Boca Juniors sufrieron ataques en el micro que los trasladaba en los momentos previos al inicio del evento.

La final quedó suspendida con el objetivo de analizar cuáles serían las condiciones más óptimas para desarrollar el segundo partido. El objetivo era evitar cualquier tipo de amenazas y situaciones violentas para los hinchas y jugadores que pongan en peligro su integridad física y mental. En consecuencia, la CONMEBOL confirmó que el segundo encuentro de la final se dispute en el estadio Santiago Bernabéu en Madrid, el 9 de diciembre. Esta fue la primera vez que un partido de la Copa Libertadores se realizó fuera del territorio Americano. River Plate fue el ganador y logró sumar su cuarto título en este certamen.

Es necesario destacar que cada vez que ambos equipos compiten en un mismo partido se lo suele llamar Superclásico⁷. A su vez, en general la prensa argentina la llamó “la final más importante de la historia del fútbol argentino”. (Diarios: Olé, Infobae, La Nación, Clarín, Perfil y Página12).

En consecuencia, en muchos medios de comunicación argentinos y en redes sociales se vieron bromas, en formato de imagen o video, a ambos equipos en tres momentos particulares: en los días previos al desarrollo de ambos partidos, más específicamente desde el momento en que se confirmó que River Plate y Boca Juniors eran los equipos que iban a disputar la final; durante el desarrollo de ambos encuentros y, finalmente, luego de consumada la victoria de River Plate en Madrid. Este tipo de publicaciones son en gran medida parte de la cultura mundial y es lo que popular y vulgarmente se lo considera *Meme*.

Los memes pueden *viralizarse* gracias a la Internet de múltiples formas, por ejemplo a través de las redes sociales, medios de comunicación, aplicaciones de mensajería instantánea y correos

⁷ Término que remite a la idea de que tanto Boca Juniors como River Plate son equipos “rivales” (por eso lo de “clásico”) y que ambos son los dos más populares de Argentina (por eso lo de “super”).

electrónicos. En la actualidad, la tecnología permite que su difusión logre mayor alcance en menor tiempo.

Una de las aplicaciones, o apps en terminología popular, más utilizadas es Instagram. De facto, según el estudio “Digital 2019 Global Digital Overview (January 2019) realizado por las empresas We are Social y Hootsuite, Instagram es la tercera red social con mayor cantidad de usuarios activos por mes en todo el mundo, con aproximadamente 1.000 millones, muchos de los cuales interactúan entre sí, siendo un “48% hombres y 52% mujeres”, considerando que al crear una cuenta Instagram te da solamente estas dos opciones para género.

Sin duda una gran cantidad de usuarios, porcentaje que, nuevamente guiándonos por las estadísticas presentadas por We are Social y Hootsuite, nos muestra que Instagram ha pasado de unos 300 millones en 2015 a 1.000 millones a mediados de 2019.

Yendo hacia el funcionamiento de Instagram, podemos destacar que nos permite crear perfiles que no nos representen en su totalidad⁸, por ejemplo se puede poner un nombre y apellido totalmente distinto al que se posee en los registros estatales.

Asimismo, dentro de Instagram tenemos la posibilidad no solamente de crear un perfil en base a nuestro nombre sino también uno empresarial, por ejemplo el de una compañía, organización o entidad. Es en este sentido que existen muchas cuentas de memes⁹, entidades abstractas que pueden no estar relacionadas a una empresa o compañía, las cuales desde un posible anonimato en cuanto a su creador/es y/o autor/es, publican memes desde temas muy diversos hasta simplemente una temática específica.

Yendo hacia una delimitación temporal del objeto de estudio, los memes que se analizarán serán desde el momento en que se conoció a los finalistas (la fecha corresponde a los segundos después de que el Club Atlético Boca Juniors derrotara a la Sociedade Esportiva Palmeiras en el partido de vuelta de la semifinal de la Copa Libertadores de América, el 31 de octubre de 2018) hasta el día posterior a la consagración del campeón en el mencionado certamen (la fecha corresponde al 10 de diciembre de 2018, el día posterior a que el Club Atlético River Plate se coronó como campeón del torneo).

⁸ Nos referimos a aspectos físicos esencialmente.

⁹ Se conoce de esta forma a las cuentas que publican memes o videomemes.

OBJETIVO GENERAL:

- **Analizar** los rasgos representativos de la identidad colectiva del usuario de Instagram fanático/a de fútbol en Argentina a partir de los memes, en el periodo seleccionado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- **Describir** cómo los usuarios dentro del grupo de referencia colectiva perciben a aquellos que se encuentran por fuera del grupo.
- **Describir** cómo se plantea la relación entre los dos equipos de fútbol a partir de los puntos de vista puestos en juego en los memes por los enunciadores.
- **Describir** cuáles son los puntos de vista más resonantes sobre River y Boca de los enunciadores en los enunciados que acompañan al meme.

HIPÓTESIS PRINCIPAL:

- La identidad colectiva del grupo con la cual cada usuario participante del meme se representa posee aspectos discriminatorios sobre género, identidad sexual y origen étnico, como así también violencia física y sexual.

HIPÓTESIS SECUNDARIAS:

- Los usuarios agrupados dentro del colectivo de referencia ven a aquellos que están por fuera con desagrado y optan, en la mayoría de los casos, por ridiculizarlos u distanciarlos aún más de ellos, marcando constantemente las diferencias.
- Los enunciadores ponen en juego una relación conflictiva entre ambos equipos, apelando a determinados estereotipos asociados a ambos clubes, los cuales imposibilitan que la relación sea amigable.
- Los enunciadores ponen en juego puntos de vista que en la mayoría de los casos asocian a los clubes con hechos de violencia física y/o discriminación de género.

ESTADO DEL ARTE:

Como se mencionó anteriormente, el disparador principal, y quizás quien más aportó al campo de investigación, es Dawkins, quien con su aporte “The Selfish Gene” (1976) nos introdujo el concepto de la *memética*.

Asimismo, existen múltiples investigaciones más cercanas en el tiempo que contribuyeron a delimitar el campo de investigación. Algunos autores como Blackmore (1999), Knobel y Lankshear (2007), Danung (2008), Shifman y Thelwall (2009) y Bauckhage (2011) coinciden en líneas generales con los planteamientos de la *memética* de Dawkins y hacen sus aportes correspondientes.

No obstante lo cual, como todo campo de comunicación, surgieron las primeras diversificaciones en torno a la definición del objeto central de estudio: el meme. Así es como tenemos a Wilson (1998) y Lissack (2004). Para el primero un meme puede ser entendido como un “nodo de memoria semántica” (Wilson, 1998:148), en cambio para Lissack, se trata de signos con sentido: “los memes se han convertido en unidades semánticas capaces de evocar los significados a los que están asociados. Es el proceso de evocación y la eficacia del meme como disparador de atención, recuerdo y repetición del significado adscrito, lo que los vuelve relevantes” (2004: p. 5).

Estas teorizaciones del meme han tenido diversos grados de profundización a lo largo de la historia y han llevado, según autores como Salazar, Edwards y Archilla (2014) al desarrollo de dos corrientes preponderantes en torno al campo de investigación de la *memética*: las posturas instrumental-objetivas y las mentalistas. Mientras que estas últimas se adhieren a la propuesta inicial de Dawkins (1976) y autores como Blackmore (1999), donde se concibe al meme desde su dimensión intangible, para otros como Gatherer (en Aunger, 2000), el meme puede abarcar una amplia variedad de aspectos, que pueden ir desde comportamientos hasta artefactos, “que son susceptibles de ser reproducidos y observados” (Salazar, Edwards y Archilla, El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake, 2014, p. 84).

Yendo específicamente hacia el campo de los memes en Internet, autores como Blackmore (1999) realizan su análisis en torno a la red de redes mundial como una estructura relacional a partir de la cual los memes pueden aumentar sus probabilidades de desarrollar las características que Dawkins (1976) les asignó: fidelidad, fecundidad y longevidad. A los cuales Da Cunha (2007) agregó una cuarta categoría: alcance.

Otros autores en torno a los memes en Internet son el ya mencionado Danung (2008), quien sugiere que los memes en internet presentan una mayor fidelidad, en relación con sus contrapartes no digitalizadas; y Arango Pinto (2015), quien, desde una visión pedagógica de los memes, plantea cómo los memes en Internet pueden “ser entendidos desde la comunicación a partir de la resignificación y la irradiación de contenidos implicando una movilización de habilidades, conocimientos y actitudes en su creación y transmisión” (Arango Pinto; 2015).

Ahondando aún más en el campo de los memes en Internet, surge la ramificación del análisis de estos en Redes Sociales.

Acá se puede ubicar la investigación de Zayas (2017), sobre los memes de filósofos y otros pensadores en general en redes sociales que “conforman una comunidad de sentido muy concreta, además ejemplifican, en su moderada variedad, los mecanismos fundamentales por los que funcionan y se reproducen los memes humorísticos en general” (Zayas; Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red: el caso de los memes sobre filósofos, 2017, p. 1).

Asimismo, podemos ubicar en este campo también la investigación de Salazar, Edwards y Archilla (2014), la más relacionada con el trabajo de investigación que se desarrollará aquí, en la que es posible observar “acciones de recombinación e hibridación” (García Gertrudix; 2011, en Salazar, Edwards y Archilla) en torno al video-meme *Harlem Shake* en base a un análisis *peirceano*¹⁰ del signo y la semántica en torno a este, tomando a autores como Eco (1988), Short (2007), Zecchetto (2002) y Merrel (2001), con el objetivo de confirmar la serie de sentidos y funciones sociales que se le asignan a este video-meme y su repercusión para el individuo en torno a su otredad social, para esto utilizan focus group, encuestas y el marco teórico correspondiente.

Salazar, Edwards y Archilla (2014) han dado un gran paso en el campo de los memes en Redes Sociales, dentro del campo de los memes en Internet¹¹. Principalmente en relación a la identidad individual y colectiva que, a partir de elementos presentes en los memes, se puede observar. En una reseña a su libro “El meme en Internet. Identidad y usos sociales”(2017; Editorial Fontamara) se reconoce que “todo acto comunicativo, incluyendo los que incorporan al meme como recurso expresivo de alguna manera se convierten en una ventana a través de la cual es posible hacer inferencias sobre aspectos identitarios que nos caracterizan tanto en lo individual como en lo colectivo” (Revista Chasqui; N° 136, diciembre 2017- marzo 2018).

¹⁰ Remite a la obra desarrollada por el filósofo pragmático Charles Sanders Peirce.

¹¹ Fundamentalmente Salazar, quien ha escrito varias Tesis y libros sobre la memética.

Sin embargo, Salazar, Edwards y Archilla han dejado vacante una porción sociológica en su estudio que hubiera enriquecido aún más el mismo. Si bien está claro que no estaba dentro de sus objetivos de investigación, el resultado de su trabajo dejó un claro horizonte de investigación para profundizar aún más, del cual esta investigación se dedicará a ampliar, aunque bajo otros conceptos e incluyendo algunas críticas a los postulados de los autores mencionados.

En efecto, estos autores concluyen en una función social y sentidos desprendidos del meme, tomando como ejemplo el video-meme *Harlem Shake*, que afectan a los individuos que los reproducen en su intento por vincularse con la otredad, formando una interrelación entre la identidad individual de los sujetos con la identidad colectiva del grupo al que pertenecen.

Si bien plantean que en la relación entre los sujetos con su otredad (esta investigación especificará que son individuos convertidos en sujetos-usuarios) se construye una identidad en redes sociales factible de ser analizada en sí, dejan vacante la posibilidad de, en efecto, profundizar en el análisis sobre dicha identidad.

En síntesis, lo que hacen es analizar su objeto de estudio: el video-meme *Harlem Shake* y la participación de algunos estudiantes, profesores y personal administrativo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila en la replicación del mencionado meme, centrándose, principalmente, en los motivos que los llevaron a replicar el meme.

Esto último, deja sin estudio los discursos que circulan al interior de las identidades de los enunciadores participantes, que son, ni más ni menos, los sentidos que están replicando al interactuar con el meme.

En relación a esto, esta investigación pretende profundizar esa vacante pero configurada en una muestra diferente a la de Edwards, Archilla y Salazar. En este sentido, cabe aclarar que la muestra (como se verá en el apartado “Marco Metodológico”) no son sujetos de carne y hueso como los de Edwards, Archilla y Salazar, sino sujetos/usuarios dentro de una plataforma digital, los cuales pueden ser de diversas índoles (Ver apartado “Marco Teórico”).

Hablamos de una identidad, que siempre estuvo presente, desde un punto de vista ontológico, pero que es factible de ser analizada desde el momento en que se da la interacción entre los individuos (convertidos en sujetos/usuarios) con la otredad en un tiempo y lugar determinado, y a partir de las huellas que deja esa interacción. Rastros que se inician con los *likes* y *comments* (en el idioma original de Instagram, en hispanoamérica es Me gustas y Comentarios) de cada posteo, es decir del meme, que realizan las cuentas de memes.

Además esta investigación analizará otro factor determinante en esa identidad: la subjetividad de el/la o los/las creador/es/as de la cuenta de meme. Dado que está interviniendo en el sentido construido en el meme y por ende forma parte de la interrelación con los sujetos-usuarios. Para esto, no debemos ignorar las formas nominales, formas vacías y otras marcas deícticas que nos permitan apreciar dicha subjetividad.

Aunque también, vale la pena aclarar, no es la única subjetividad presente, ya que si el meme es una unidad de transmisión cultural (Dawkins; 1976) existe todo un acervo cultural impregnado de miles de voces y significados culturales configurando su sentido, idea que profundizaremos más adelante, que otros autores como Mijail Bajtin han primariamente esbozado con anterioridad aunque en otros campos de la comunicación.

MARCO TEÓRICO:

-Antecedentes al concepto (instrumentalismo vs mentalismo):

La investigación se basa desde su raíz en la existencia de una interacción: entre las cuentas de memes (guiadas por los usuarios de estas) y los sujetos/usuarios que interactúan con estos memes. Desde una visión general, para que esta interacción surja y se desarrolle de manera exitosa es necesaria una puesta en común de sentidos, que actúen como códigos compartidos entre los integrantes de la comunicación. El campo académico de la comunicación tiene diversos estudios en relación a esto, como por ejemplo la investigación de Romeu con base en el pensamiento de Martín Serrano, donde se sostiene que: “cualquier actividad comunicativa depende de un sistema de significación que, al menos mínimamente, deben compartir los participantes (tanto biológico como simbólico) para que estas señales no sólo sean producidas, sino también percibidas como tales, y posteriormente reconocidas al interior de ese sistema de significación que les otorga sentido. La comunicación es también puesta en común, espacio compartido, intersubjetividad, por lo que la significación se construye también teniendo en cuenta convenciones o significados preexistentes que, a la manera de un sistema de referencias, sirven de molde o estructura para gestar las representaciones a través de las cuales se organiza la percepción, el sentido y el conocimiento (Romeu, 2013:132). De esta forma, se señala el reconocimiento de determinados elementos de los memes por parte de los usuarios que interactúan con éstos.

Antes de ahondar en los elementos, como ya se mencionó anteriormente, uno de los principales teóricos del campo de investigación es Dawkins (1976), quien con su obra: “El gen egoísta”, nos

introduce el concepto de la *memética*, partiendo desde un análisis biológico del genoma humano y su evolución para relacionarlo con el meme y el contenido cultural que sostiene que reproduce.

Por otra parte, si bien su precursor fue Dawkins, con el correr de las investigaciones surgieron dos corrientes concretas en torno a la memética, que ya fueron mencionadas y desarrolladas brevemente con anterioridad en el Estado del arte: las posturas instrumental-objetivas y las mentalistas.

Ambas coinciden en considerar la existencia de un elemento cultural presente en el meme, pero distan en cuanto a la forma de analizar y conceptualizar al meme: los mentalistas conciben al meme como una unidad intangible que puede replicarse y de esta manera subsistir, en palabras de Salazar, Edwards y Archilla (2014) que “esta unidad de alguna manera puede existir en la mente de los actores sociales que lo comparten” (Salazar, Edwards y Archilla, 2014: “El meme en Internet. Identidad y usos sociales”, p. 14).

Por otro lado, los instrumentalistas critican la noción de intangibilidad y proponen que el meme posee una serie de elementos que hacen factible su observación y análisis, considerándolo como una conducta, imagen, comportamiento, sonido, artefacto, etc... con posibilidad de reproducirse, no simplemente un ente mental.

Si bien existen estos dos paradigmas, esta investigación que podría caracterizarse a rasgos generales como instrumental-objetivo, como sostienen Gatherer (en Aunger, 2000), y Salazar, Edwards y Archilla (2014), tiene una arista mentalista como sostienen Dawkins (1976) y Blackmore (1999).

En efecto, el objetivo general de esta investigación consiste en la caracterización de la identidad del usuario de Instagram fanático/a de fútbol en Argentina, una identidad que se concibe como algo abstracto, no palpable, pero que se propone factible de ser caracterizado a partir de ciertas observaciones y relaciones de elementos.

Ahora bien, para poder llegar a ese ente abstracto, que no deja de ser abstracto, la identidad del usuario de Instagram fanático/a de fútbol en Argentina, se considerará datos y se partirá de la observación de fenómenos presentes en los memes, que desarrollaremos más adelante.

Para clarificar: si se lleva la concepción mentalista a la actualidad, ésta sostendría que, justamente, cuando nos referimos a Redes Sociales todos los entes son intangibles, ya que no existe nada verdaderamente palpable, por lo cual es imposible medirlos a todos, es algo que existe casi independientemente de los individuos, que busca reproducirse y subsistir.

Sin embargo, a partir de estos entes intangibles pero factibles de razonar, asignándoles valores y referencias a determinados elementos que los componen, puedo construir una metodología medible y

llegar a una categorización que me permita realizar una afirmación en torno a lo que suponemos es la construcción de la identidad del usuario de Instagram fanático/a de fútbol en Argentina, dicha afirmación mencionada anteriormente en el apartado Hipótesis.

Por consiguiente, compartimos la noción de ente intangible propuesta por los mentalistas, desde una perspectiva abstracta, pero aún así consideramos que éste es factible de ser medible si se analizan los elementos que componen al meme, por ende no desestimamos el enfoque instrumental-objetivo.

Como se puede deducir, los mentalistas plantean una escisión del meme con quienes nosotros sostenemos que son sus creadores: las personas. En efecto, es una aparente existencia parcialmente independiente de las personas (que como veremos, son las personas quienes decodifican, mantienen, modifican o reformulan el meme en base a un interjuego de sentidos; con lo cual no puede haber escisión).

Por otro lado, los Instrumentalistas si bien no contemplan tal escisión tajantemente, caen en la falacia de no reconocer la validez del argumento de existencia ontológica del meme por parte de los mentalistas.

En efecto, yendo a la definición del meme, los instrumentalistas reniegan de que el meme sea algo situado en otro plano que no podamos tocar: como los números, las palabras o los mensajes de texto.

En esta disputa de teorías, si bien algunos autores postulan al instrumentalismo como superador de la posición mentalista (en especial Salazar, Edwards y Archilla), lo cierto es que éste aún no termina de ser del todo abarcativo y, ni de cerca, integrador de todos los postulados existentes en torno al meme.

Como se deduce, ambos enfoques poseen diferencias sustanciales que hacen imposible su integración a rasgos generales. Por ende, consideramos que ambos, aún con sus falencias, deben ser únicamente considerados desde la perspectiva que encaran, es decir, si se va a analizar al meme desde un punto de vista ontológico, la perspectiva más adecuada será la mentalista, en cambio, si se estudia desde una vertiente cuasi cuantitativa, es más recomendable optar por el instrumentalismo.

Al igual que sucede en otras ciencias sociales, como la psicología, esta investigación considera que dependiendo del enfoque se debe optar por una u otra perspectiva de análisis a la hora de investigar al meme, ya que estamos hablando de comunicación, por ende nunca existirá un acercamiento que sea considerado como verdad absoluta.

Optar por una complementariedad de estas teorías a nivel global parece lejano. No obstante lo cual, esto no significa que no se pueda reconocer los aportes de cada una, como lo hemos hecho. Creemos

que, hasta tanto no surja una posición superadora, la forma más adecuada para referirnos a la memética actual es señalando los dos polos existentes.

-¿Qué es un Meme?

Ahora bien, zanjada la discrepancia de perspectivas, surge una pregunta importante: ¿Qué es, entonces, el meme?

Como se puede deducir, existen decenas de concepciones y definiciones de las cuales no nos haremos eco, ya que no es el fin de esta investigación. No obstante, sí partiremos de una de las definiciones que consideramos más aproximadas, con el fin de establecer nuestra posición y conceptualización propia.

Siguiendo a las posturas instrumentalistas, podemos definir a rasgos generales al meme como un acervo cultural cargado de discursos, por los cuales circulan diversos sentidos, que puede ser “mantenido”, “modificado” o “reformulado”¹².

Ahora bien, con gran acierto Salazar, Edwards y Archilla postularon que la unidad mínima del meme es el “sentido” (2014). En efecto, para que el meme pueda ser mantenido, modificado o reformulado, tiene que haber uno o varios sentido/s compartido/s entre los sujetos participantes del intercambio.

Sentidos que van a tener su base en el intercambio cultural histórico de cada sociedad o grupo particular (como veremos más adelante), es decir, sujetos a cada cultura particular y a los elementos que identifican la misma.

Pero entonces, ¿Qué es ese acervo cultural? Aquí es donde Salazar, Edwards y Archilla entran en una gran confusión y terminan por categorizar e identificar cualquier tipo de símbolo cultural como un meme.

En efecto, estos autores postulan que el meme puede ser desde una “sinfonía musical” hasta un “comportamiento” (Salazar, Edwards y Archilla, El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake, 2014). Pareciera que no existe expresión artística que no sea un meme. Y no solo eso, sino que también las reacciones emocionales de las personas pueden ser memes.

¹² Las características “mantención”, modificación” y “reformulación” fueron propuestas inicialmente por Berger y Luckmann (2006), las mismas son desarrolladas más adelante en esta investigación.

No obstante lo cual estos autores, más adelante señalan que se puede considerar un meme también a “una fotografía de un paisaje, una caricatura política o la imagen de un animal; en tanto circule de forma repetida por internet” (Salazar, Edwards y Archilla, El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake, 2014), afirmación con la cual estamos más de acuerdo, ya que ahora se agrega la propiedad de “circular” o replicabilidad.

Si bien no están del todo errados en sus postulados, les faltó agregar una condición, a nuestro entender, fundamental: la aparición en formato visual en una determinada plataforma como soporte. Un “comportamiento”, por más replicabilidad que tenga, no deja de ser lo que es. De la misma forma, la canción “En la ciudad de la Furia” de la mítica banda argentina Soda Stereo no deja de ser una pieza musical replicada miles de veces en radios, televisores, celulares, etc...Por sí sola, no es un meme.

Distinto es si, siguiendo con el ejemplo musical, se dibuja la cara de Gustavo Cerati junto al isologotipo de la banda¹³ en una hoja. Ahora existe un soporte visual.

De la misma manera, si en una reunión de amigos una persona se ríe constantemente, lo que conlleva a que sus amigos, de manera jocosa, imiten su risa y su forma de actuar cuando lo hace, esta acción (la imitación de los amigos) no es un meme. Lo que estaría más cerca de serlo es si, dentro del mismo grupo de amigos, uno de ellos decidiera crear una imagen de ese “comportamiento” y mostrársela al grupo de amigos. En este caso, además de la replicabilidad, hay un soporte visual.

No obstante lo cual, aún estaría faltando un elemento fundamental: el humor. Si bien existen autores y autoras que critican esta posición, lo cierto es que aún ellos y ellas no han podido demostrar fehacientemente como un meme puede estar desapegado de un componente humorístico. A modo de ejemplo: en el caso de Salazar, Pérez y Archilla, donde se intentó obviar lo humorístico, se ha notado una falta de objetividad en la descripción de los tipos de memes que hacen los autores.

Salazar, Pérez y Archilla hablan de que un meme puede tener un sentido “político”, uno “social”, uno “discriminador”, entre otros. Pero esta observación la hacen desde una posición moralista. Consecuentemente, lo que estos autores no contemplan es que un meme puede no generar risa (siguiendo a Hernán Díaz [2012], podemos decir que esta es la expresión en concreto para el humor) para un cierto grupo, pero para otros sí.

En efecto, como se verá con la muestra seleccionada para esta investigación, hay ciertos memes que para determinados grupos pueden parecer cínicos y crueles, pero para otros no. Esto, como se verá

¹³ Gustavo Cerati fue, hasta su fallecimiento, el líder de la banda de música “Soda Stereo”, siendo además su cantante, guitarrista y compositor principal.

más adelante, tiene que ver con la multiplicidad de identidades. Con lo cual, nosotros postulamos que siempre en un meme habrá un componente humorístico presente, puede ser que no aparezca a simple vista (porque no comprendemos todos los sentidos subyacentes que circulan) pero está, e incluso para un determinado grupo puede resultar más fácil identificarlo que para nosotros.

Si no posee este componente será, simplemente, una imagen, un sonido, un video. O es que acaso alguien pueda dudar de que la foto mostrada a continuación no sea un meme:



La imagen corresponde a una captura de pantalla del discurso que brindó el Presidente de Argentina, Alberto Fernández, el pasado 13 de marzo de 2020 por cadena nacional.

Lo que puede cambiar totalmente, como se verá en la imagen a continuación, la cual es una réplica de la anterior, pero con un añadido extra:



El meme corresponde a una elección en la web memegenerator.es, de un meme correspondiente al discurso presidencial de Alberto Fernández, del pasado 13 de marzo de 2020.

El foco humorístico está puesto en señalar que la extensión del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (denominado por ciertos sectores como “Cuarentena”) establecido por el Presidente Alberto Fernández durará hasta que el Club Atlético Vélez Sarsfield llene su cancha, hecho que constituye una Escena Validada (Maingueneau; 2009) que circula en la cual se señala que el club de fútbol nunca puede llenar su cancha.

Para cerrar la explicación sobre la definición de “meme”, hablaremos de algo que seguramente se ha escuchado o visto en Internet: cuando alguien escribe o dice “no me parece que hagan humor sobre ese tema” seguido de alguien que le contesta “es un meme”. Al respecto queremos aclarar tres cosas: Primero, como se mencionó anteriormente, todo meme tiene un componente humorístico, el cual puede ser más o menos visible para un grupo determinado de personas de acuerdo a la falta de comprensión a los sentidos subyacentes que circulan en su interior.

Segundo, se puede identificar el componente humorístico pero no por eso “replicar” el meme. Esto tiene que ver con un debate moral en torno al “qué se puede” y “qué se debe” del cual no nos haremos eco ya que no compete a este trabajo de investigación.

Tercero, como aclaración de la libertad de hacer memes, esto no le otorga al creador/a/es/as del meme y a quienes lo replican un marco de “excusa” para su publicación. Se trata de algo más profundo que tiene que ver con todos los componentes del humor y la interacción de grupos. Cabe destacar que en este trabajo abordaremos la interacción de grupos, no la parte humorística (es decir los límites del humor, la ironía, la parodia, el cinismo, entre otros componentes), con lo cual para una

comprensión profunda y certera de éstos recomendamos leer: *“Cómo se dice el humor: un abordaje del humor y la comicidad desde la enunciación”*, de Hernán Díaz.

Para finalizar este apartado, hay que destacar, como veremos más adelante en esta investigación, que el hecho de “replicar” un meme también conlleva a contribuir en la circulación de discursos que subyacen en su interior (discriminatorios, violentos, etc...) y que algo de relación tiene con la identidad de cada sujeto que lo “replica” y de un colectivo de identidad determinado.

-La “Triada Peirceana” y las marcas del Yo/Tú en el Meme

Ya desde una visión sociológica, para el análisis de los signos visuales y significados discursivos, esta investigación se circunscribe en la Teoría General de los Signos de Peirce (1982). Tal cual lo desglosan Salazar, Edwards y Archilla (2014), para Peirce (en Short, 2007), el signo es un concepto que pasa por un proceso de evolución a lo largo de la vida de este filósofo; sin embargo, en términos generales, puede ser entendido como “algo, que bajo cierto aspecto, representa alguna cosa para alguien” (Peirce en Zecchetto, 2002:70). Esto, dice Zecchetto (2002), implica una triada dada por el representamen (ese algo), que se ubica en lugar de un cierto objeto (que no necesariamente debe referirse a algo material, puede tratarse de una mera idea), y que da lugar a una asociación significativa en la mente de quien percibe el signo; y que recibe el nombre de interpretante.

El signo, constituido por representamen, objeto e interpretante, postulado por Peirce será parte de los elementos observables en los memes, que se utilizará para constituir una muestra no probabilística de lo que es la identidad del usuario de Instagram fanático/a de fútbol en Argentina.

Los otros elementos serán todas las marcas del Yo/tú presentes en los enunciados que acompañan y/o integran al meme. Para la observación de tales marcas utilizaremos principalmente los siguientes conceptos elaborados por Émile Benveniste dentro de su Teoría de la Enunciación (1966-1974): “Deícticos”, “Modalizadores”, “Formas Vacías” y “Formas Nominales” los cuales nos permitirá dar cuenta, como ya se mencionó anteriormente, de la subjetividad del usuario de la cuenta de meme.

-Interacciones con el “Meme”: Yendo hacia la definición de Identidad

Por otra parte, en esta investigación nos guiaremos por lo que proponen autores como Knobel y Lankshear (2007) Salazar, Edwards y Archilla (2014), quienes enfatizan la existencia de las comunidades de sentido, aunque partiendo desde perspectivas disímiles. En el caso de Knobel y

Lankshear (2007) basándose en el concepto de espacios de afinidad propuesto por Gee (en Knobel y Lankshear, 2007), “sugieren que los memes en Internet hacen guiños en relación con significados compartidos al interior de dichas comunidades donde se comparten, y que quienes son ajenos a éstas, son incapaces de participar plenamente en la semiosis que tiene lugar a partir de su uso” (Salazar, Edwards y Archilla, 2014). Esto no significa que no pueda ocurrir el caso de que ciertos usuarios (se utilizará el término usuario en vez de persona porque, como ya se ha mencionado anteriormente en este trabajo, en Instagram se pueden crear cuentas de empresas, compañías, entidades e incluso perfiles falsos que no correspondan con el nombre verdadero de la persona) si bien no entiendan el meme, es decir, no reconozcan todos o algunos de los significados compartidos al interior del grupo (en este caso la cuenta de meme donde se comparte el meme), decidan interactuar con el meme igualmente, buscando una aceptación o el ingreso a una determinada comunidad o grupo, de parte de cuentas de memes que van acrecentando sus niveles de interacción (aumentan el caudal de *likes*, comentarios y *followers*).

Pero este planteamiento no es novedoso (al menos para lo que es la comunicación en general), Elisabeth Noëlle-Neumann (1995) propone una enriquecedora teoría: la Espiral del Silencio, donde plantea como una de sus primeras hipótesis que “Los individuos se forman una idea del reparto y del éxito de las opiniones dentro de su entorno social. Observan cuáles son los puntos de vista que cobran fuerza y cuáles decaen. Este es un requisito para que exista y se desarrolle una opinión pública, entendida como la interacción entre los puntos de vista del individuo y los que él atribuye a su entorno”, (Noëlle-Neumann, 1995). Si bien la autora se refiere a la opinión pública, podemos relacionar esta parte de su teoría dentro del universo del instrumentalismo memético, aplicándolo a nuestro foco de estudio específico: Instagram, si entendemos que los usuarios buscan seguir, (por eso se llaman *followers*) cuentas de memes populares (las opiniones exitosas a las que refiere Noëlle-Neumann), en crecimiento de *followers*.

Por otra parte, en torno al campo de la construcción de la identidad la investigación se guía por lo que aportaron autores como Mead (1934) con su Teoría del Interaccionismo Simbólico. En ésta, Mead expresa que la esencia de la comunicación “es la capacidad de asumir el rol del otro, por lo cual el Yo¹⁴ surge cuando por la propia experiencia el individuo se vuelve un objeto social, cuando el Yo se expresa ante el otro a través de un rol. Es decir que nos comportamos tal como los otros esperan que lo hagamos, o más bien como nosotros imaginamos que ellos esperan que lo hagamos. De esta manera comportarse como una persona es interpretar un rol de acuerdo a la imagen que tenemos de ese rol” (Mead, Teoría del Interaccionismo Simbólico, 1934).

¹⁴ Mead habla de un “Ser Social”.

Circunscribiendo lo dicho por Mead, y relacionándolo con lo sostenido por Noëlle-Neumann, el usuario busca la aceptación de un grupo comportándose como el otro (osea el grupo) espera que lo haga si pertenece o pretende pertenecer a dicho grupo.

En este punto haremos una mención a un autor que con mucha anterioridad esbozó conceptos similares, aunque en otro campo de la comunicación social, y que es olvidado por muchos estudiosos de la memética: Bourdieu.

Este sociólogo escribió una serie de postulados (Sociología y cultura, 1990), donde introduce conceptos como el *habitus* que “hace que personas que comparten un entorno social tengan estilos de vida parecidos” (p.10), y los *campos sociales* que hacen referencia a "una esfera de la vida social que se ha ido autonomizando progresivamente a través de la historia en torno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y de recursos propios, diferentes a los de otros campos"(1990). En otras palabras, significa que existen múltiples campos, por ejemplo del trabajo, de un club, la familia, la escuela, etc...A su vez, dentro de estos *campos*, se encuentran los entornos sociales donde todos los integrantes de dicho *campo* comparten *habitus* similares.

Si bien Bourdieu llegó a vivir la época del nacimiento y posterior globalización de Internet, no alcanzó a vislumbrar las nuevas formas de interrelación que surgieron, y continúan haciéndolo, a partir de las redes sociales. No obstante lo cual, parte de sus conceptos son factibles de aplicarse a los métodos de comunicación actuales, salvando las distancias. Por ejemplo, podemos relacionar como *campo social* un grupo de Facebook integrado por una comunidad de feligreses, los cuales compartirán determinados *habitus*, que se verán reflejados en acciones como rezar a una hora o día determinado, respetar determinados ritos religiosos, etc...

En efecto, nos adentramos al concepto fundamental de esta investigación: la identidad. Ahora bien, existen múltiples interpretaciones del término de acuerdo al campo de investigación y la corriente desde la cual se lo aborde.

Al respecto, una de las mayores aproximaciones a la conceptualización de la identidad se encuentra en el campo de la psicología, donde autores como Freud, Jung, Anna Freud (desde la rama del Psicoanálisis y sus posteriores desarrollos) o el mencionado Mead (desde la Psicología Social), etc... sentaron posiciones respecto a la construcción y desarrollo del Yo.

En efecto, se trata de una aproximación a una identidad de un sujeto. Lo que también se puede apreciar en el campo de la sociología; principalmente desde autores como Marx, Durkheim, Simmel y Weber; como así también desde la lingüística: Saussure y Benveniste (éste último planteando al Binomio Yo/Tú).

Antes de entrar en detalles sobre la conceptualización elegida, conviene señalar que esta investigación planteará 3 menciones diferentes al término Identidad, con lo cual se debe considerar el contexto de cada una para una correcta interpretación

-Identidad “Estructura” y “Estructurante”

A continuación, se construirá una conceptualización de la identidad desde una perspectiva sociológica, con aportes de los mencionados autores.

Hay dos definiciones de la Real Academia Española (ver referencias) que sirven como guía de hacia dónde irá la conceptualización de esta investigación. La primera sostiene que la identidad es “el hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca”, y la segunda, que ésta es “el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que lo caracterizan frente a los demás”.

En consecuencia, se podría hablar de la identidad de una persona como todos los rasgos que la hacen ser alguien frente a los demás. Esta definición, no obstante, es muy precaria y necesita especificidad en cada uno de sus conceptos.

En efecto, siguiendo a Benveniste se debe hablar de Individuo y Sujeto, no de persona (no confundir con la instancia discursiva “No Persona”). En consecuencia, tenemos un Individuo, que dentro de la Teoría de la Enunciación se puede definir como una instancia previa a la configuración del Yo, donde todavía no se ha puesto en funcionamiento la enunciación y todavía el Tú (el otro como instancia discursiva) no se concibe.

Por otro lado, sujeto corresponde a esa instancia donde se inaugura el discurso y aparecen tanto el Yo como el Tú en un aquí y ahora. El momento donde se “pone en acción la actividad lingüística” (Benveniste; 1966)

Para relacionarlo con la definición precaria mencionada: no se debe hablar de persona, sino de sujeto. El cual es en tanto que hay un Yo que se relaciona con un Tú. Si no hay relación con otra persona no sería sujeto, sino individuo. Con lo cual, la definición quedaría parcialmente así: “La identidad de un sujeto son todos los rasgos que lo hacen ser alguien frente a los demás”.

Ahora bien, todavía está muy lejos de lo acorde. Como se mencionaba anteriormente, el sujeto sólo puede pensarse en relación con un otro (la Intersubjetividad que menciona Benveniste), por lo cual,

debe considerarse la existencia de un Alter (espacio conformado por la alteridad u otredad, aquello que no corresponde con el Yo).

Sin ahondar en caracterizaciones y detalles sobre la alteridad, ya que no es el propósito de este trabajo, sólo se mencionará, a los fines de esta investigación, que esa instancia Alter mencionada puede ser ocupada por uno o varios grupos. No obstante lo cual, por más grupos que sean, el Yo simplemente los puede englobar a todos en uno sólo del cual ponga distancia (esto último será analizado con profundidad más adelante).

Entonces, la definición precaria nuevamente se ajusta, quedando: “La identidad de un sujeto son todos los rasgos que lo hacen ser alguien frente a una Alteridad”. En consecuencia, nos quedan 2 conceptos más para profundizar.

En efecto, este sujeto está investido de una serie de elementos que se fueron configurando, en parte, por las interacciones que mantuvo. Aquí introduciremos el concepto de Ser Social elaborado por Mead (1934).

En este sentido, Mead habla de esta noción como “una estructura que parte de la experiencia con los demás, y que media en toda relación que establece” (Mead en Salazar, Edwards y Archilla; 2014). Un sistema que actúa como normativo en las relaciones con la alteridad: “se es, precisamente a partir de tales interacciones, en las que los procesos de comunicación contribuyen a establecer una distinción entre sí mismo y los otros” (“El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake” de Gabriel Pérez Salazar, Andrea Aguilar Edwards y María Ernestina Guillermo Archilla de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco México, 2014).

Esta conceptualización, como se mencionó anteriormente, no choca con la noción de sujeto en sí mismo. Al contrario se complementa: “el Ser es entonces una relación entre su esencia ontológica y las interacciones con los demás”(Mead en Salazar, Edwards y Archilla; 2014).

Actualizamos la definición, ya no tan precaria, de la identidad: “La identidad de un sujeto son todos los elementos que se fueron configurando en su ser que lo hacen un Ser Social frente a una Alteridad, la cual puede presentarse de múltiples formas”.

No obstante, siguiendo los postulados de Mead, autores como Castells (1999) y Giménez (2000) y Mandoki (2006) hablan de una “matriz interpretativa”, en relación a esta identidad del sujeto considerada como estructura, “a través de la cual el sujeto se ubica en relación con el mundo social al que pertenece” (Salazar, 2017).

Asimismo, Mandoki (2006) va a ir un paso más: va a hablar de una identidad planteada en términos de “referentes colectivos” que intervienen como mediadores con las interacciones sociales y las interpretaciones que el sujeto realiza sobre su alteridad.

Se constituyen entonces dos dimensiones, que como bien van a explicar Berger y Luckmann una vez constituida la identidad, ésta va a ser mantenida, modificada o reformada por las relaciones sociales con los otros: “Los procesos sociales involucrados, tanto en la formación como en el mantenimiento de la identidad, se determinan por la estructura social. Recíprocamente, las identidades producidas por el interjuego del organismo, conciencia individual y estructura social, reaccionan sobre la estructura social dada, manteniéndola, modificándola o aún reformándola” (2006: 214). Dando forma a la segunda dimensión o nivel de la identidad: su estructuración.

Desmembrando la conceptualización del término identidad, podemos encontrar entonces dos configuraciones: por un lado una estructura, por el otro una estructuración. Un proceso de ida y vuelta de un mismo elemento, un sistema que sistematiza, que se configura a partir de las interacciones que mantiene y que, a su vez, plantea nuevas interacciones.

Por lo tanto, se llega a una definición más acorde a los fines de esta investigación: “La identidad de un sujeto son, por un lado, todos los elementos que se fueron configurando en su ser, en su estructura interna (incluyendo el núcleo), y, por el otro, todos los elementos que lo hacen un Ser Social frente a una Alteridad, la cual puede presentarse de múltiples formas”.

Podría plantearse, erróneamente, que se ha utilizado de forma discordante los términos “ser” y “Ser social”, dado que ambos se encuentran nombrados de forma separada en la definición lo cual incurriría en una contradicción con lo que se viene planteando. No es el caso. En efecto, se ha optado por denominar “ser” y “Ser social” de manera separada para marcar los dos niveles o dimensiones en juego al hablar de la identidad del sujeto. Es la estructura estructurada.

Sin menester de esto último, no debe dejar de considerarse que son dos dimensiones de un mismo ente: la identidad del sujeto, que prácticamente se dan simultáneamente.

Acá se puede hacer un claro paralelismo, salvando las distancias, entre lo que propuso Mead con los agregados de Mandoki y los de ésta investigación y la configuración del Yo en la Teoría de la Enunciación de Benveniste, explicados anteriormente.

Aún queda una problemática por definir: el nacimiento de esas dos dimensiones. En este punto no hay investigaciones concluyentes sobre este dilema, aunque sí se pueden señalar varias vertientes no definitivas.

Debido a la instalación de un paradigma particular y por la guía de autores adoptada, esta investigación se remite a la idea de que la relación entre la dimensión Ser y la dimensión Ser Social es simultánea, no correlativa. Constituyéndose el núcleo junto con las interacciones, es decir, solamente se puede concebir al núcleo como tal en función de la existencia de las interacciones que tiene. No obstante, esto queda a criterio de futuras investigaciones exploratorias, dado que es un problema que no compete a esta investigación definir. No obstante el caso, en dichas investigaciones se deberá considerar como factor determinante la noción del “tiempo”.

Llegado a este punto, vale la pena destacar que revisando la bibliografía existen otras múltiples instancias y figuras discursivas que se ponen en juego a la hora de hablar de la identidad, que no se han mencionado o descrito en profundidad debido a que no es lo competente en este trabajo dar una definición exhaustiva y profunda sobre la identidad y la totalidad de los elementos que son parte de ella. Por consiguiente, la conceptualización dada no pretende ser definitiva ni completa, sino que es susceptible de reacomodos y reformas. El único fin de la conceptualización mencionada es simplemente establecer una base para que el lector pueda comprender de forma fidedigna la relación de la identidad con los memes y cómo estos se circunscriben en los procesos de interacción entre el Yo y su Alteridad.

Ahora bien, esta identidad estructura y estructurante del sujeto entra en juego con otra identidad de la cual el sujeto es parte. Un constructo estructural que posee similares desenvolvimientos a los del sujeto, pero que está subordinado a la dinámica de no uno, sino varios sujetos.

-La Identidad Colectiva

Es por consiguiente que hablamos de una Identidad colectiva, configurada por y a través de los sujetos. Son los “referentes colectivos” que menciona Mandoki (2006): “la familia, la religión, la escuela y otras instituciones sociales similares” (Mandoki en Salazar; 2017). A la cual nosotros agregamos: los grupos configurados en redes sociales.

Los sujetos, como se puede apreciar en la vida cotidiana, pueden pertenecer a más de un grupo o colectivo, pero la interrelación que haya con estos nunca será enteramente igual (preferimos usar el término “igual” porque “idéntico” nunca podrá ser, hablando desde una perspectiva ontológica). En efecto, esto será así porque las representaciones sociales y los diversos símbolos constituidos al interior de dichas colectividades serán siempre distintos (las variaciones pueden ser imperceptibles, pero están), por el simple hecho de la diversidad de sujetos que componen los grupos.

No obstante esto, es factible encontrar tanto símbolos como representaciones sociales constituidas en el interior de un colectivo que sean similares a los de otro grupo, o dicho de otra manera, está claro que por más diversidad de sujetos que haya, existen puntos en común que los vinculan con varios grupos. Como veremos en esta investigación con los diversos signos asociados al Club Atlético River Plate y al Club Atlético Boca Juniors por parte de determinados sujetos/usuarios que si bien pueden pertenecer a un grupo x, como ser familia o club de fútbol (esto puede no ser enteramente factible pero lo podemos suponer mediante determinados indicios, los cuales se explicarán más adelante), también forman parte del colectivo “hincha de fútbol en Instagram”. Lo que es un “metacolectivo”.

Sin ahondar en detalles teóricos y variantes irrelevantes para esta investigación, vamos a conceptualizar “metacolectivo” como el constructo compuesto por diversos colectivos, conformados a su vez por otros colectivos o sujetos. Es menester señalar que será una cadena de colectivos dentro de colectivos, dentro de colectivos, etc...la cual puede ser replicada tantas veces como exista un sujeto que se interrelacione con otro.

Volviendo a la diversidad de colectivos, se puede aseverar siguiendo a Wolton (1999), Giménez (2000) y Salazar, Pérez y Archilla (2014) que “las identidades colectivas se construyen en torno a un núcleo determinado de símbolos y representaciones sociales”. Un “constructo idiosincrático” tal como lo define Salazar (2017), en el cual “se interioriza un complejo simbólico que opera como emblema de dicha colectividad” (Giménez en Salazar; 2017).

Siguiendo la noción de colectivo, cuando hablamos del núcleo nos referimos a un conjunto de símbolos y representaciones sociales que se encuentran bien al interior de los colectivos cuyas características son una mayor resistencia a la “modificación” o “reformulación”, de la que hablan Berger y Luckmann (2006).

Hace un rato se mencionó que las formas de relacionarse del sujeto/usuario con su otredad eran a través de determinadas interacciones. Teniendo la identidad un claro aspecto comunicacional (recordar el nivel estructurante), el cual puede ser estudiado desde las Ciencias Sociales a través de determinadas observaciones de tales interacciones, tal como se explicó anteriormente, se puede hablar de una relación “sine qua non” entre la identidad y los Actos comunicativos (Salazar; 2017).

Ahora bien, los teóricos de esta perspectiva (Mead, Salazar, Pérez y Archilla) sostienen que lo que posibilita al abordaje de la identidad son los famosos “Actos sociales” (Mead; 1934), los cuales son un derivado de los “Actos de Habla” de la Escuela de Oxford (Austin y Searle).

Tanto Austin (1962) como Searle (1969-1975), llamados los “pragmáticos”, propusieron la “Teoría de los Actos de Habla”, donde sostienen que hablar es “ejecutar un Acto de habla, el cual tiene

constitutivamente 3 actos simultáneos entre sí”. Austin llamará a esos Actos: Locutivo, Ilocutivo y Perlocutivo (1962); mientras que Searle (1969-1975) los llamará: Emisión, Proposicional e Ilocutivo, no obstante Searle (1969-1975) agregará un cuarto acto por fuera de los actos de habla al cual llamará Perlocutivo.

Entonces, según la lógica de Mead, Giddens, Beck, Salazar, Pérez y Archilla, “si la identidad es el resultado de las relaciones con los demás (...)no somos lo que somos, sino lo que hacemos” (Salazar, Pérez y Archilla; 2014) lo que en concordancia con lo que plantean los pragmáticos se puede considerar como: “somos lo que decimos” (Austin y Searle en Salazar, Pérez y Archilla; 2014).

Ahora bien, más allá de cuestiones lingüísticas, esta concepción presenta varios problemas que serán puestos a consideración: Primero, desoyendo toda la obra de Benveniste y sus críticas a la Escuela de Oxford, se considera que el sentido (entender la subjetividad) está dado durante el acto comunicativo como separado del hombre.

Es decir, el problema es que Salazar, Pérez y Archilla no niegan que lo que postula Austin y Searle se da en términos de considerar al lenguaje como una herramienta. Sin hacer mención a Benveniste.

El segundo problema es que sostener “somos lo que decimos” anula cualquier tipo de consideración de la otredad, entrando en una contradicción con los mismos postulados que impulsan. No negamos que haya un acto comunicacional, de hecho lo consideramos un “axioma” (Watzlawick; 1976), lo que resulta erróneo es no concebir el papel importante de la otredad en la configuración del sujeto.

Esta mirada resulta egocéntrica, ya que parte de un eje individual, cuando debería iniciar desde una perspectiva que considere tanto al sujeto como a su Alter, aquello con lo cual se interrelaciona. Recordemos la importancia del otro en la configuración del Yo.

Por consiguiente ese “somos lo que decimos” será dependiendo de quien lo juzgue, de la mirada del otro. Con esto no queremos pasarnos al extremo opuesto de sostener que somos lo que los demás dicen de nosotros, sino que, remitiéndonos a la definición dada anteriormente sobre la identidad de un sujeto, debemos considerar tanto la estructura como la estructuración, el Ser social, lo que somos en tanto que nos relacionamos con otros. No obstante esta definición conlleva una serie de planteamientos más filosóficos que no competen al objetivo de esta investigación ahondar.

-Las interacciones en Instagram

Siguiendo con la relación del sujeto con su otredad, resta describir en profundidad los elementos que forman parte de las “interacciones”, a través de las cuales se relaciona el sujeto que, como mencionamos anteriormente, es a través de determinadas acciones. Dichos elementos conformarán las variables de base para esta investigación.

En esta investigación esas acciones estarán sujetas al marco en el cual se encuentran los sujetos/usuarios y por ende en el cual se dan dichas interacciones, a saber: la plataforma Instagram, cuya elección y características fueron exployadas anteriormente en el apartado Marco Referencial.

Como se mencionó anteriormente en el apartado Estado del Arte, las interacciones de los sujetos/usuarios con los memes se pueden medir a través de 2 acciones concretas: el Me gusta (o *like* en el idioma original de la plataforma) y los Comentarios, estos últimos de muy diversas índoles que constituirán otras variables (cabe destacar que se dejó de lado las opciones “Enviar publicación”, “Denunciar”, “Silenciar”, “Guardar como favorito”, “Compartir”, “Copiar Enlace” y “Dejar de seguir” que tiene Instagram debido a la imposibilidad de rastrear y hacer un seguimiento de todas las veces que se ha utilizado cada una de estas opciones y de los usuarios que lo hicieron, lo cual excede los límites de tiempo y posibilidades del presente trabajo).

La primera acción, a saber el “Me gusta”, permite que los sujetos/usuarios le den su aprobación a un determinado contenido publicado en la plataforma. Como el nombre lo indica, el “Me gusta” hace referencia a que dentro del contenido publicado existe un determinado eje que es de preferencia del sujeto/usuario. Así, los sujetos/usuarios están de acuerdo con determinado/s sentido/s subyacente/s a la publicación, en este caso será sobre el meme. Aunque también hay algunas excepciones.

Antes de continuar, vale la pena aclarar que nos referimos a la acción con consciencia, es decir, cuando conscientemente le damos al botón Me gusta de la publicación, y no los casos accidentales.

Ahora bien, el Me gusta no sólo muestra la aprobación a determinados discursos subyacentes sino que también los “replica”. En efecto, por la matriz de Instagram las publicaciones con más interacciones (Me gusta y comentarios) aparecen antes que las demás. Por ende, a través del Me gusta se contribuye también a que la publicación esté a la vista de más sujetos/usuarios.

Para finalizar con esta acción, queremos destacar que los motivos que pueden llevar a un sujeto/usuario a accionar el botón “Me gusta” en una publicación pueden ser muy diversos. Como se mencionó anteriormente hay excepciones a la aprobación total al contenido, las cuales tienen que ver con los motivos de interacción, lo cual está expresado en el apartado “Interacciones con el “Meme”: Yendo hacia la definición de Identidad”. En efecto, nos referimos a los motivos por los cuales un sujeto/usuario desea participar en una determinada comunidad, sumarse a un colectivo.

Ahora bien, nos concentraremos en la segunda acción concreta (en términos de posibilidad de medición) que realizan los usuarios: el “Comentario”. En este sentido, a diferencia de con la acción Me gusta, con el comentario está la posibilidad de sumar un amplio abanico de sentidos a los sentidos subyacentes a la publicación. En relación a esto, estos discursos pueden complementarse, oponerse o simplemente burlarse, como se verá más adelante en el apartado “Análisis”.

Asimismo, con el comentario se puede ir definiendo los límites entre la Identidad colectiva y su otredad, ya que los comentarios pueden ser tanto de los usuarios/sujetos que conforman el determinado colectivo como de aquellos que ante los ojos de éstos conforman lo “otro”.

En este sentido, estos “espacios de afinidad” (Gee en Knobel y Lankshear; 2007) pueden colisionar con otros. Nos referimos a espacios de subgrupos o subcolectivos dentro del gran espacio de afinidad metacolectivo. En esta investigación lo veremos, particularmente, con las interacciones entre los fanáticos/as del Club River y aquellos/as del Club Boca Juniors, quienes, como se mencionó anteriormente, conforman el metacolectivo “fanático/a de fútbol en Argentina”.

Por otra parte, los comentarios también contribuyen a la replicabilidad de discursos que proliferan en el meme y a la modificación de la Identidad colectiva en la interacción con estos discursos.

Por último, vale la pena aclarar que en esta investigación no nos enfocaremos en todos los comentarios, sino en aquellos específicos a los memes, lo cual se explicará en el apartado “Selección del Corpus”.

-Las variables: ¿Hay discriminación y violencia en el fanático de fútbol?

Continuando, vale la pena aclarar el concepto “fanático”. Al respecto, nos referimos a los hinchas o simpatizantes de fútbol que exacerbadamente siguen a sus equipos. Estamos hablando de aquellos que piensan más pasionalmente o se dejan llevar por sus emociones, contrario a los hinchas que tienen un grado menor de pasionalidad y uno mayor de objetividad.

Ahora hablaremos sobre las diversas variables postuladas en esta investigación que entran en juego tanto con los Me gusta como con los Comentarios. En una primera instancia primero las definiremos conceptualmente y luego operacionalmente, esto último integrado entre el apartado Marco Metodológico y el Análisis.

En este sentido, las variables serán “Discurso que incita al odio y/o violencia”, y “Discurso que incita a la discriminación”, dentro de los cuales se podrán ubicar diversas subcategorías.

Al respecto, dentro de la categoría “Violencia” se pueden ubicar las subcategorías: “violencia física”, “violencia psicológica”, “violencia socioeconómica”, “violencia sexual” y “otros”, ésta última reservada a los discursos que no se pueden categorizar en ninguna de las otras subcategorías de violencia y que en sí mismo tampoco llegan a constituir otra nueva subcategoría por la poca cantidad de menciones.

Ahora bien, ¿Qué es la violencia? Al ser un concepto tan variado, tanto cultural como institucionalmente, se encuentran diversas definiciones y estudios sobre el tema. En relación a esto, según la Organización Mundial de la Salud (OMS) es “el uso intencional de la fuerza o el poder físico, de hecho o como amenaza, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones”.

Asimismo, la OMS distingue diversas tipologías de violencia: “interpersonal”, son los actos cometidos por un individuo o grupo de individuos, “violencia autoinflingida”, son los comportamientos suicidas y autolesiones, y, por último, “violencia colectiva”, es decir los miembros de un grupo frente a otro grupo o conjunto de sujetos.

No obstante, existe otra definición, a rasgos generales, vinculada a una investigación realizada por el filósofo José Sanmartín Espuglues en el Centro Reina Sofía y publicada en una serie de libros, dentro de los cuales distinguiremos “La Violencia y sus claves” (2013), donde plantea una distinción entre el uso común del término violencia y lo que él define como “agresividad”. En efecto, según Sanmartín Espuglues “el ser humano nace agresivo, y puede volverse violento. Dicho más claramente: el ser humano es agresivo por naturaleza. Por suerte para nosotros, somos naturalmente agresivos. La agresividad es un rasgo adaptativo que ha favorecido nuestra supervivencia. Pero el ser humano no es violento por esa misma razón: el ser humano no es violento por naturaleza, sino por cultura. La violencia puede surgir cuando se inserta la agresividad, que es una reacción instintiva, en el entramado de las experiencias que hemos ido adquiriendo a lo largo de nuestra existencia” (Entrevista a Sanmartín Espuglues de la revista online “Letra Urbana”; Edición N° 36 de la revista).

Como se puede deducir, agresividad no es lo mismo que violencia: “la agresividad es una conducta innata que se despliega de manera automática ante determinados estímulos y que, asimismo, cesa ante la presencia de inhibidores muy específicos”(Sanmartín; 2011). En cambio, la violencia es “una agresividad alterada, principalmente por la acción de factores socioculturales que le quitan el carácter automático y la vuelven una conducta intencional y dañina” (Sanmartín; 2011).

Lejos de centrarnos en los disparadores culturales de la violencia llamada “agresividad alterada” en la sociedad donde se encuentra el sujeto/usuario fanático/a de fútbol objeto de estudio, ya que supondría un trabajo que no compete a esta investigación, sí mencionaremos los tipos de violencia.

Siguiendo a la conceptualización de Sanmartín, las subcategorías empleadas en esta investigación entran dentro de la tipología de “Tipos de violencia de acuerdo al tipo de daño” que propone el filósofo español. A saber: “Físico”, “Psicológico”, “Sexual” y “Económico”. Al respecto de esta última subcategoría mencionada proponemos la variación a aspectos “socioeconómicos”, término que consideramos se inserta mejor en esta investigación, ya que define una distinción social clasista en torno a aspectos económicos, tales como monetarios y materialistas.

Cabe destacar que estas subcategorías de violencia son también mencionadas dentro de la Ley N° 26.485¹⁵ de Argentina de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, donde, como se deducirá, son abocadas únicamente a hechos de violencia contra la mujer, pero que son factibles de trasladarse al espectro en general de la población.

Cabe destacar que dentro del término “colectivo” englobamos también la noción de “ideal”, es decir, una violencia ejercida hacia determinada escena validada (Maingueneau; 2009) patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos por parte de un colectivo hacia su otredad, que no es ni más ni menos que otros colectivos¹⁶.

Explicada la elección de las subcategorías para violencia, ahora definiremos conceptualmente cada una:

a) Violencia Física: Siguiendo a Sanmartín, la definiremos como toda intención manifestada, acción u cualquier otra forma de maltrato que voluntariamente realizado provoque o pueda provocar daño, dolor o lesiones que afecten la integridad física y/o tiendan a hacerlo de una persona y/o colectivo.

b) Violencia Psicológica: Siguiendo la Ley N° 26. 485 de Argentina, la definiremos como aquella que causa o pretende causar daño emocional y disminución de la autoestima y/o perjudica y perturba el pleno desarrollo personal y/o que busca degradar y/o controlar sus acciones, comportamientos,

¹⁵ La mencionada ley habla de 5 tipos: “física”, “psicológica”, “sexual”, “económica y patrimonial” y “simbólica”, esta última subcategoría hace referencia a patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad. Al respecto, no está distinguida en nuestra investigación porque, justamente, lo que se analiza son los signos, símbolos, etc...que están en los discursos que circulan al interior del colectivo elegido, por ende no hay necesidad de una distinción de esta subcategoría en sí.

¹⁶ De esta forma se suprime la noción de “violencia simbólica”, justamente, porque se integra al término “colectivo”.

creencias y/o decisiones, mediante amenaza, acoso, hostigamiento, restricción, humillación, deshonra, descrédito, manipulación, aislamiento y/u cualquier otra forma de maltrato.

c)Violencia Sexual: Siguiendo tanto a Sanmartín como a la ley mencionada, la definiremos como toda intención manifestada o acción que implique la vulneración en todas sus formas, con o sin acceso genital, del derecho de una persona de decidir voluntariamente acerca de su vida sexual o reproductiva a través de amenazas, coerción, uso de la fuerza y/o intimidación, incluyendo la violación dentro del matrimonio y/o de otras relaciones vinculares o de parentesco, exista o no convivencia, así como la prostitución forzada, explotación sexual, esclavitud sexual, acoso, abuso sexual, trata, como así también cualquier otra forma de contacto no deseado en el que una persona y/o colectivo es utilizada como medio para obtener estimulación y/o gratificación sexual.

d)Violencia Socioeconómica: Como se mencionó anteriormente, es aquella que engloba aspectos económicos y sociales, es decir, cualquier intención manifestada o acción que contemple una diferenciación y agresión o intento de agresión hacia una persona y/o colectivo en detrimento de éste, de acuerdo a diversas caracterizaciones sociales y económicas aludidas a esta persona o colectivo.

Como se puede deducir, esta última subcategoría de violencia está muy ligada al concepto de discriminación, que desarrollaremos a continuación.

Continuando, de la misma forma que con el término violencia, la “discriminación” también es un concepto variado, tanto cultural como institucionalmente, que posee diversas concepciones y sobre el cual también se han realizado múltiples estudios.

En este sentido, el Comité de Derechos Humanos del Sistema de Naciones Unidas de la Organización de Naciones Unidas (ONU) ha definido a la discriminación como “toda distinción, exclusión, restricción o preferencia (...) que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales de todas las personas”¹⁷.

Por la misma línea, según el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo de Argentina (INADI) discriminar “significa seleccionar excluyendo; esto es, dar un trato de inferioridad a personas o a grupos”. Por otra parte, en un informe de “Entender la discriminación” planteado por el instituto, también se destaca que “Como señala Facio (s/f): ““en la perspectiva de los

¹⁷ Comité de Derechos Humanos de la ONU, Observación General N.º 18, HRI/ GEN/1. Rev.2., párrafos 7 al 13.

derechos humanos, discriminar a una persona o a una colectividad consiste en privarle activa o pasivamente de gozar de los mismos derechos que disfrutaban otras”¹⁸(INADI; 2019).

Como se observa, discriminar implica plantear una distinción entre un colectivo y su otredad, marcar una diferencia en base a prejuicios. Algo que está muy ligado a la conceptualización de Identidad que se mencionó anteriormente.

Tal cual lo señala Amnistía Internacional: “En el fondo de todas las formas de discriminación están el prejuicio basado en conceptos de identidad y la necesidad de identificarse con un grupo determinado. Esto puede generar división, odio e, incluso, la deshumanización de otras personas porque tienen una identidad diferente”.

Para completar las definiciones esbozadas agregaremos la posibilidad de que sea una acción o intención manifestada por parte de un colectivo hacia su otredad. En este sentido, tanto el término colectivo como otredad engloban diversas identidades particulares de sujetos en términos de características compartidas al interior de sus grupos. En el caso de la otredad, estas características serán atribuidas por el colectivo como forma de marcar una contraposición, es decir, aquello que no son.

Esta Otredad “se vincula al ejercicio de una mirada comparativa hacia una persona o grupo que, en esa comparación realizada a partir de los parámetros de la propia mirada, se percibe como extraño y ajeno. En ese sentido, la configuración de la otredad es parte de un proceso social que se reproduce tanto en lo individual como en lo colectivo, y que tiene que ver con constituir un propio grupo de pertenencia” (INADI; 2019).

Ese colectivo de pertenencia constituye “un ‘nosotros’ que se fortalece al crear y reforzar límites que señalen a esos ‘otros’ como absolutamente diferente al ‘nosotros’” (INADI, 2013). Es decir, en este marcar límites con la otredad el colectivo va fortaleciéndose y acrecentando sus vínculos en la medida en que más individuos se van acoplando con los discursos arraigados fuertemente al interior de estos colectivos. Esto depende, también, de cómo se perciba ese colectivo respecto al resto (Elisabeth Noëlle-Neumann; 1995).

Ahora bien, ¿De dónde surgen las acciones discriminatorias? Éstas “se sustentan en prejuicios y en estereotipos fuertemente arraigados en la cultura de una sociedad, que es necesario deconstruir si se aspira a vivir en una sociedad más igualitaria” (INADI; 2019).

¹⁸ Facio, Alda (s/f). “El derecho a la no discriminación”, CorteIDH. Recuperado de <http://www.corteidh.or.cr/tablas/a22077.pdf>.

Estas caracterizaciones, las cuales como se vio anteriormente pueden llevar a hechos de violencia, están sumamente vinculadas a la constitución de una “simplificación de la imagen” de un determinado colectivo “a partir de cierto rasgo asociado a un prejuicio, que lleva a identificar a ese grupo –de manera automática e irreflexiva– con esa única característica que se atribuye per se, de manera generalizada” (INADI; 2019).

Asimismo, estos estereotipos influyen en la constitución de presupuestos o “Supuestos” (Maingueneau; 2009) aquel “contenido implícito que es vehiculizado por un enunciado de tal modo que es sustraído a toda discusión posible” (Maingueneau; 2009). Es decir, la atribución de determinadas características a un colectivo puede llevar al hecho de que ante determinada acción se presupone otra, o que ante una determinada característica física o de vestimenta de una persona se presupone que realizará una acción determinada (podemos señalar la escena validada fuertemente arraigada en la sociedad argentina que considera a una persona que utiliza gorra, zapatillas de una determinada marca y una determinada vestimenta como un “ladrón”).

Explicada la definición de discriminación ahora vamos a las subcategorías del término elegidas, a saber: discriminación “por género”, “orientación e identidad de género”, “lugar de residencia y/o etnia”, “socioeconómica” u “otros”, esta última al igual que con la violencia está reservada a los discursos que no se pueden categorizar en ninguna de las otras subcategorías de discriminación y que en sí mismo tampoco llegan a constituir otra nueva subcategoría por la poca cantidad de menciones.

Vale la pena destacar que existen múltiples subcategorías de discriminación e, incluso, diversas definiciones en torno a lo que compete cada una de estas. Es por esto, que las definiciones que emplearemos deben ser consideradas únicamente en función de lo desarrollado en esta investigación.

Explicada la elección de las subcategorías para discriminación, ahora definiremos conceptualmente cada una:

a) Discriminación por Género: Siguiendo la definición del Comité de Derechos Humanos del Sistema de Naciones Unidas de la Organización de Naciones Unidas (ONU), la definiremos como aquella acción o intención manifestada de distinción, exclusión, restricción o preferencia que tenga por objeto o por resultado anular, menoscabar y/o despreciar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales de una persona o colectivo de acuerdo a su género.

b) Discriminación por Orientación e Identidad de género: Siguiendo la definición del Comité de Derechos Humanos del Sistema de Naciones Unidas de la Organización de Naciones Unidas (ONU), la definiremos como aquella acción o intención manifestada de distinción, exclusión, restricción o

preferencia que tenga por objeto o por resultado anular, menoscabar y/o despreciar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales de una persona o colectivo de acuerdo a su orientación sexual y/o Identidad de género.

En este sentido, siguiendo a la Federación Argentina de Lesbianas, Gays, Bisexuales y Trans (FALGBT), Orientación sexual es “aquella capacidad de cada persona de sentir atracción emocional, afectiva y sexual por otra persona”.

Por otra parte, siguiendo también la definición de la FALGBT, llamaremos Identidad de género a “la vivencia interna, individual e íntima de cada persona, que puede corresponder o no con la categorización de sexo/género asignada al momento de nacer. No obstante lo cual, existen algunos países donde todavía no hay leyes que desarrollen este aspecto¹⁹.

Antes de continuar, vale la pena aclarar la distinción entre “sexo” y “género”. Siguiendo a la definición desarrollada por la Fundación Huésped, “sexo” hace referencia a “aquellos aspectos biológicos objetivamente mensurables que tiene una persona al nacer (órganos reproductores, tipos de cromosomas y determinadas hormonas)”, los cuales pueden coincidir o no con el género.

Por otra parte, llamaremos “género”, siguiendo a la FALGBT, a aquella “construcción social y cultural expresada a través de un rol, características físicas, vestimenta, accesorios y otros usos y costumbres” que se puede asignar a lo que cada sociedad particular concibe sobre lo “masculino” y lo “femenino”.

c) Discriminación por Lugar de residencia y/o etnia: Siguiendo la definición del Comité de Derechos Humanos del Sistema de Naciones Unidas de la Organización de Naciones Unidas (ONU), la definiremos como aquella acción o intención manifestada de distinción, exclusión, restricción o preferencia que tenga por objeto o por resultado anular, menoscabar y/o despreciar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales de una persona o colectivo de acuerdo a su lugar de residencia y/o etnia²⁰.

¹⁹ Tal cual como lo aclara la FALGBT, en Argentina, la Ley N° 26.743 fue aprobada en el año 2012 y garantiza que cada persona pueda decidir, desarrollar y expresar libremente su identidad de género de acuerdo con su propia autopercepción, sin obligación de someterse a protocolos y/o diagnósticos médicos, psicológicos y/o psiquiátricos, ni pasar por ninguna instancia judicial, ni someterse a procedimientos de modificación corporal si no lo desea.

²⁰ Para una conceptualización específica acorde del término “etnia” y sus diversas consideraciones a lo largo de la historia recomendamos leer Gimenez, G. “*El debate contemporáneo en torno al concepto de etnicidad*”, Universidad Nacional Autónoma de México (2007).

Este tipo de discriminación está muy ligado al concepto de “Xenofobia”²¹ imbricado en parte de la sociedad, cuyo origen se puede rastrear ligado fuertemente a un conjunto de discursos históricos raciales, clasistas, culturales y sociales, que aún hoy en día continúan circulando (como se verá en esta investigación).

d) Discriminación socioeconómica: Siguiendo la definición del Comité de Derechos Humanos del Sistema de Naciones Unidas de la Organización de Naciones Unidas (ONU), la definiremos como aquella acción o intención manifestada de distinción, exclusión, restricción o preferencia que tenga por objeto o por resultado anular, menoscabar y/o desprestigiar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales de una persona o colectivo de acuerdo a una caracterización social y económica construida en torno a esa persona o colectivo aludido.

Este tipo de discriminación es aquel que se puede ver cuando se construye un sistema de clasificación de una persona o colectivo de acuerdo a determinados componentes materiales, políticos, sociales o religiosos, cobrando forma el sistema de “clases” (o en otras culturas las “castas”²²) no para brindar una asistencia solidaria, sino en detrimento de la “clase distinta”.

Sin irnos hacia los aspectos religiosos y políticos, para este tipo de subcategoría nos centraremos en las clasificaciones en torno a cuestiones sociales y económicas.

Por último, vale la pena señalar que si bien hay muchos más tipos de violencia y discriminación, se hipotetizó que los seleccionados eran los que más menciones iban a tener, lo que se verá reflejado en el apartado “Análisis”.

-Acercas de la metodología

Por último, falta aclarar el sentido de “muestra no probabilística” que se mencionó anteriormente. Esta investigación, como se explicará en el apartado “Marco Metodológico”, no se concibe como cuantitativa. Si bien implicará el establecimiento de variables y datos, estos no son concebidos para determinar relaciones de causalidad sino de probabilidad derivadas de un juicio, ya que si ha de considerarse una investigación de carácter científico, se debe reflexionar sobre la mirada del

²¹ “Fobia a los extranjeros”, según la Real Academia Española.

²² En este caso también depende de la familia dentro de la cual nace cada persona, habiendo aspectos no sólo sociales y económicos, sino políticos e, incluso en algunas culturales, religiosos, que determinan que a lo largo de su vida una persona solamente pueda acceder a determinados beneficios, salvo casos excepcionales.

investigador que la realiza. Aún más si se busca identificar los sentidos que remiten tanto los objetos del signo *peirciano* como las formas nominales y formas vacías, sentidos que dependerán justamente de que el investigador comprenda las convenciones y significados preexistentes, de los que habla Romeu (2031:132) en dichos memes y la significación que le asigna la comunidad o grupo o campo social que se encuentra en esa cuenta de meme.

En síntesis, en particular en esta investigación el/los investigador/es debe/n compartir, o en su defecto aprender, similares convenciones y significados preexistentes para poder elaborar una investigación de ciencias sociales, desde el campo de la comunicación, lo más científica posible.

MARCO METODOLÓGICO:

Dado que es imposible rastrear la universalidad de casos donde se den las condiciones necesarias para analizar la identidad del usuario de Instagram fanático/a de fútbol en Argentina, debido a que eso supondría un análisis que ni por los tiempos disponibles ni por el enorme alcance que conlleva es factible de realizar en esta investigación, se ha reducido la población a una muestra representativa, la cual será desarrollada más específicamente en el apartado Selección del Corpus.

Como se puede deducir habrá 2 unidades de análisis: Por un lado el meme que se refiere a river, boca o a la instancia de final de la copa con el cual interactúan los individuos pertenecientes a la muestra y, por supuesto, al universo más ampliamente. Por el otro, los comentarios de los sujetos/usuarios que comentan los memes mencionados.

Los elementos de análisis en esta investigación serán los signos visuales del meme; las modalizaciones y deícticos del discurso escrito que acompaña al meme, el cual es creado o legitimado de determinada manera por el creador/a de la cuenta de meme; y las modalizaciones y deícticos del discurso escrito de los comentarios que los usuarios/sujetos hacen en los memes mencionados.

En cuanto al tipo de diseño de investigación, éste será descriptivo, ya que se busca describir los aspectos de la identidad del usuario de Instagram fanático/a de fútbol en Argentina.

Si bien se puede considerar que en parte es una investigación inaugural, ya que realiza un análisis considerando determinados aspectos que nunca antes se han tomado en cuenta a la hora de analizar los memes en Instagram, no es una investigación exploratoria porque ya existen aproximaciones previas en otras redes sociales (Facebook, Youtube, etc...), que han tenido un enfoque similar al de

este trabajo y que, además, han sentado las bases para el análisis de esta investigación, aproximaciones que ya han sido mencionadas anteriormente.

En este sentido, se adoptará una postura cualitativa. Ya que, como se ha mencionado anteriormente, esta investigación considera la mirada del investigador y el contexto en el cual se enarbola el presente trabajo como parte influyente en el análisis.

Las técnicas de recopilación de datos que se utilizarán serán la observación y el análisis de discurso. Se ha optado por estas técnicas debido a la imposibilidad de entrevistarse (ya sea personalmente, por teléfono, red social u otras maneras) con todos los individuos/usuarios que configuran la muestra, como así también de configurar un cuestionario para que respondan, existiendo la probabilidad además de que las respuestas que nos brinden sean contradictorias con sus actitudes.

De esta manera es que esta investigación se guiará por la información que se pueda apreciar y las deducciones que se puedan realizar de ésta, sin perjuicio del análisis crítico que se pueda realizar desde las ciencias sociales.

La investigación será cuasiexperimental, con grupos de muestras donde no hay ningún control, siendo, además, no probabilística.

ANÁLISIS:

-Selección del Corpus

Como se mencionó anteriormente, de todo el universo de sujetos/usuarios fanáticos/as la muestra serán los usuarios que interactuaron, a través de comentarios, con los memes de fútbol de las cinco cuentas de memes argentinas sobre deportes con mayor cantidad de seguidores.

Ahora bien, no serán con cualquier meme de fútbol, sino con los memes que refieran a River, Boca o a la instancia final de Copa en el periodo mencionado.

En este sentido, falta aclarar que la interacción que se tendrá en cuenta es el comentario directamente hacia el meme, no el comentario hacia otro comentario de un usuario.

Para la elección de la muestra primariamente se ha desarrollado una tabla con las cuentas de memes de deportes en Instagram con mayor cantidad de seguidores contabilizadas a la fecha de finalización del torneo mencionado, las cuales están ordenadas de mayor a menor. Las cuentas de Instagram seleccionadas para esta investigación, de acuerdo a una cantidad de seguidores mayor a 100 mil (la variable establecida), son:

POSICIONES	NOMBRES DE CUENTAS	CANTIDAD DE SEGUIDORES (k*)
1°	@HumoDePrimeraOriginal	637 k (seiscientos treinta y siete mil)
2°	@MetroAdelantado	581 k (quinientos ochenta y un mil)
3°	@MemesFutbolArgentino	579 k (quinientos setenta y nueve mil)
4°	@habemusfutbol	355 k (trescientos cincuenta y cinco mil)
5°	@enunabaldosa	100 k (cien mil)**
6°	@bilard10s	77,3 k (setenta y siete mil trescientos)
7°	@holasoytablonok	68 k (sesenta y ocho mil)

Tabla N° 1

*Se eligió la letra k para designar millares porque así lo emplea Instagram en su plataforma.

**En color están resaltadas las cuentas elegidas.

Cabe aclarar que se estableció 100 mil como variable principal para definir a las cuentas de memes a analizar ya que en gran medida las cuentas de memes de deportes o se encontraban con grandes cantidades de seguidores (arriba de 100 mil, las que fueron elegidas, que cumplen con este criterio) o con cantidades moderadas de seguidores (por debajo de 100 mil). Vale la pena destacar que también existe un porcentaje de cuentas que poseen menos de 2 mil seguidores, las cuales poseen una interacción ínfima en comparación con el resto.

En este sentido, como se puede observar en la tabla mencionada anteriormente, las cuentas elegidas son 5, a saber: @HumoDePrimeraOriginal (con seiscientos treinta y siete mil seguidores); @MetroAdelantado (con quinientos ochenta y un mil); @MemesFutbolArgentino (con quinientos setenta y nueve mil); @habemusfutbol (con trescientos cincuenta y cinco mil) y @enunabaldosa (con cien mil seguidores).

Una vez elegidas las cuentas de memes se seleccionarán por un lado los memes que refieran a River, Boca o la instancia final de la Copa Libertadores, y por el otro los comentarios de los sujetos/usuarios que interactúen únicamente con los memes.

-Tablas

Una primera incluye el ordenamiento de las cuentas de memes de acuerdo a la cantidad de seguidores que tengan (ya reflejada anteriormente, en el apartado “Selección del Corpus”, por lo cual no tiene sentido repetirla). Asimismo, se desarrollará una segunda tabla con las variables asignadas a los memes de River, Boca o la instancia final de Copa, con las respectivas categorías, subcategorías e indicadores. En este caso las variables serán “Discurso que incita al odio y/o violencia” y “Discurso que incita a la discriminación”. La identificación de estas variables estará reflejada por determinados usos de palabras en los discursos presentes en los comentarios que los enunciadores hagan acompañando al meme y por los sentidos remitidos por parte de los símbolos que aparezcan en esos memes. Cabe destacar que esta tabla (Tabla N°2) es simplemente ejemplificadora sobre el objeto sobre el cual se recopilarán datos.

UNIDAD DE ANÁLISIS	VARIABLES	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	INDICADORES
Los memes de River, Boca o la instancia final de la Copa	Discursos que incitan al odio y/o violencia	Tipos de violencia observada	Violencia física	Determinados usos de palabras
			Violencia psicológica	
			Violencia sexual	Determinados símbolos cuya referencia se puede asociar a la subcategoría referenciada
			Violencia socioeconómica	
			Otros	
	Discursos que incitan a la discriminación	Tipos de discriminación observada	Por género	Determinados usos de palabras
			Por identidad y/o orientación sexual	
			Por lugar de residencia y/o etnia	
			Por clase socioeconómica	Determinados símbolos cuya referencia se puede asociar a la subcategoría referenciada
			Otros	

Tabla N° 2

Por otra parte, se confeccionará una tercer tabla (Tabla N° 3) en la cual se reportan el número de veces que se observaron los diversos indicadores, tomando como referencia las categorías, subcategorías e indicadores de la Tabla N° 2.

UNIDAD DE ANÁLISIS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	INDICADORES	N° DE VECES OBSERVADO
Los memes de River, Boca o la instancia final de la Copa	Tipos de violencia observada	Violencia física	Determinados usos de palabras	2
		Violencia psicológica		4
		Violencia sexual		3
		Violencia socioeconómica		X

		Otros		X
				X
		Violencia física	Determinados símbolos cuya referencia se puede asociar a la subcategoría referenciada	2
		Violencia psicológica		2
		Violencia sexual		X
		Violencia socioeconómica		X
		Otros		X
		X		
	Tipos de discriminación observada	Por género	Determinados usos de palabras	1
		Por identidad y/u orientación sexual		1
		Por lugar de residencia		1
		Por clase socioeconómica		X
		Otros		X
				X
Por género		Determinados símbolos cuya referencia se puede asociar a la subcategoría referenciada	2	
Por identidad y/u orientación sexual			1	
Por lugar de residencia	X			
Por clase socioeconómica	1			

		Otros		X
				X

Tabla N°3

A continuación, se realizará una cuarta tabla (Tabla N° 4) donde se sitúa, nuevamente a modo de ejemplo, las variables, categorías, subcategorías e indicadores aplicables a la segunda unidad de análisis: Los comentarios de los sujetos/usuarios en los memes de River, Boca o la instancia final de copa. Como bien se mencionó anteriormente, este tipo de comentarios por el formato de Instagram sólo son escritos, no hay imágenes, por ende las observaciones se harán sobre estos discursos escritos.

UNIDAD DE ANÁLISIS	VARIABLES	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	INDICADORES
Los comentarios de los sujetos/usuarios en los memes de River, Boca o la instancia final de la Copa	Discursos que incitan al odio y/o violencia	Tipos de violencia observada	Violencia física	Determinados usos de palabras
			Violencia psicológica	
			Violencia sexual	
			Violencia socioeconómica	
			Otros	
Discursos que incitan a la discriminación	Tipos de discriminación observada	Por género	Determinados usos de palabras	
		Por Identidad y/o orientación sexual		
		Por lugar de residencia y/o etnia		
		Por clase socioeconómica		
		Otros		

Tabla N°4

Siguiendo la misma línea que la tabla N°3, se confeccionará una quinta tabla (Tabla N°5) en la cual se reporta el número de veces que se observaron los diversos indicadores, tomando como referencia las categorías, subcategorías e indicadores de la Tabla N° 4.

UNIDAD DE ANÁLISIS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Nº DE VECES OBSERVADO
Los comentarios de los sujetos/usuarios en los memes de River, Boca o la instancia final de la Copa	Tipos de violencia observada	Violencia física	6
		Violencia psicológica	13
		Violencia sexual	5
		Violencia socioeconómica	7
		Otros	0
	Tipos de discriminación observada	Por género	16
		Por identidad y/u orientación sexual	18
		Por lugar de residencia	8
		Por clase socioeconómica	4
		Otros	0

Tabla N°5

Finalmente, se confecciona una sexta tabla (Tabla N°6) donde, en base a los datos recogidos y plasmados en las tablas N° 3 y 5, se elabora un orden jerárquico con los puntos de vista más veces observados (siguiendo las categorías y subcategorías) dentro del colectivo.

POSICIONES	PUNTOS DE VISTA RELACIONADOS CON LA VIOLENCIA	CANTIDAD DE VECES OBSERVADOS	PUNTOS DE VISTA RELACIONADOS CON LA DISCRIMINACIÓN	CANTIDAD DE VECES OBSERVADOS
------------	---	------------------------------	--	------------------------------

1°	Violencia Psicológica	19	Por Identidad y/u orientación sexual	20
2°	Violencia Sexual	10	Por Género	19
3°	Violencia Socioeconómica	8	Por lugar de residencia	9
4°	-	X	Por clase socioeconómica	5
5°	-	X		X

Tabla N°6

Desarrollo del análisis

Tal como se mencionó anteriormente en el análisis de la selección del corpus, se utilizó la tabla 2 como ejemplo de objeto de recopilación de datos. A su vez, se empezó a realizar los cruzamientos de información entre las cinco cuentas de memes seleccionadas con la intención de identificar las subcategorías que están presentes dentro de los comentarios de los sujetos/usuarios que interactúan con el meme y la imagen del meme en sí. De esa manera, se podrá detallar el número de veces que se observan los diversos indicadores que están presentes tanto en las variables del “discurso que incitan al odio y/o violencia” y el “discurso que incitan a la discriminación” presentes en la primera unidad de análisis de la tabla 3 y la segunda unidad de análisis de la tabla 5.

En la primera unidad de análisis detallados en la tabla 3 se logró observar dentro de la categoría “tipos de violencia observada” la presencia de la subcategoría tales como “violencia psicológica”, “violencia socioeconómica”, “violencia sexual” y “violencia física”. Estas tres subcategorías estarán presentes tanto en los indicadores de determinados usos de la palabra cómo en los símbolos presentes en el meme.

Cómo ejemplo de meme dentro de este corpus de selección, podemos encontrar que dentro de la cuenta “memesfutbolargentino” el enunciador subió una imagen en donde hay dos Homeros Simpson señalándose entre sí y cuyo mensaje dice “tiraste gas pimienta”. Este tipo de imagen hace alusión a la “violencia física” que generó la suspensión del partido en la final de la Copa Libertadores.

Otro ejemplo de meme, podemos señalar que la cuenta “enunabaldosa”, el enunciador en su enunciado genera una violencia psicológica aludiendo a que “se metió un barra a apurar al árbitro”. Dicho enunciado descalifica, humilla, discrimina a un futbolista que fué a hablar con el juez de línea. Entendemos a la “violencia psicológica” como todo acto por la cual existe una agresión sin que medie el contacto físico entre personas. Esta se canaliza a través de frases descalificadoras que intentan descalificar a otro individuo.



Dentro de esta primera unidad de análisis en donde se encuentra presente la categoría de “tipos de discriminación observada” se encuentra la subcategoría de “Discriminación por género”, “discriminación por identidad y/u orientación sexual” y por último “discriminación por “lugar de residencia”. Precisamente, se tomó como ejemplo de análisis al meme de la cuenta “habemusfutbol”, en donde su enunciador realizó una imagen con rasgos discriminatorios contra una mujer de género conocida dentro del mundo artístico. Estos rasgos que mencionamos están claramente observables en la imagen expresados en palabras y en el aspecto físico y vestimenta de la presentadora de meteorología.

Dicho meme genera una discriminación por “identidad de género” entendida como la vivencia interna e individual que experimenta profundamente cada persona, la cual corresponde o no al sexo asignado al momento del nacimiento, incluyendo la vivencia personal del cuerpo (en donde podría involucrar la apariencia o función corporal a través de técnicas médicas quirúrgicas) y otras expresiones de género incluyendo la vestimenta y el modo de hablar.



Otro ejemplo que se de la cuenta

40,200 reproducciones
habemusfutbol Se viene el superclásico y viene un #ZappingHabemus con lo mejor de la tv 😂😂
@habemusfutbol @darizenz @ericzzeta
Mencioná a tus amigos/as 📌

encontró es la imagen

“humodeprimeraoriginal” en donde el enunciador posteo su enojo a causa de la suspensión del partido de la final de la Copa Libertadores y en su enunciado señala que “este país no está preparado”. Dicho enunciado genera al enunciatario un repudio y considera que es una discriminación por lugar de residencia, es decir, al país.



Realizado la identificación de las subcategorías dentro de esta primera “unidad de análisis”, se logró establecer el número de veces que se observaron los diversos indicadores, tomando como referencia la tabla 2. Según el resultado investigado en estas cinco cuentas de meme detalla que se observa seis veces que el enunciador en su enunciado realiza “violencia psicológica”. También se observa tres veces que el enunciador genera “violencia socioeconómica” en su enunciado. Por último, se observa que el enunciador realiza cuatro “violencias física” dentro de su enunciado.

Ahora bien, dentro de esta primera unidad de análisis se observa tres veces que el enunciador en su enunciado realiza una “discriminación por género”, dos veces realiza una “discriminación por identidad y/u orientación sexual” y también discrimina por “lugar de residencia” y por “clase socioeconómica”

Finalizado la primera parte de la “unidad de análisis”, se realizó el mismo paso de investigación teniendo como modelo de ejemplo la tabla 4 en donde la unidad de análisis a investigar fué “los comentarios de los sujetos/usuarios en los memes de River, Boca o la instancia final de Copa”.

Para completar los datos analizados, se utiliza la tabla 5 en donde la “violencia económica” y “violencia psicológica” por parte de los comentarios que realizan los usuarios sobresale sobre la “violencia socioeconómica” y “violencia física”. En estas cuatro subcategorías de violencia mencionada se logra observar que el usuario genera 13 veces una “violencia psicológica” al comentar el meme. A su vez, se observa 5 veces que el usuario realiza una “violencia sexual” en sus comentarios como también se observa que 7 veces el usuario en su comentario genera “violencia socioeconómica” y por último, se observa que el usuario genera en 6 oportunidades “violencia física” en sus comentarios presentes dentro del meme.

Como ejemplo de “violencia física” podemos observar el comentario que realiza un usuario en la cuenta “humodeprimera1” basándose en la incitación de generar una violencia física en la sociedad por ser “una última final” de la Copa Libertadores entre River y Boca. La violencia física es entendida como la interacción que ocasiona o amenaza con ocasionar daño de algún tipo a otro.



joe_torres27 @lucasfalcone_
amigo se tiene q ir a la mierda,
tiene q haber muertos, heridos,
corridas todo es la última final
ida y vuelta matense



85 sem 2 Me gusta Respo...

En tanto, en la cuenta “enunabaldosa” se puede observar otro ejemplo en donde el usuario en su comentario realiza una violencia psicológica, expresándose a través de la amenaza con la intención de generar miedo. La violencia psicológica es una conducta o comportamiento por la cual, el individuo puede ocasionar en otros algún tipo de sufrimiento emocional y mediante una amenaza puede ocasionar como se observa en el comentario, algún tipo de miedo interno en la persona.



nicolaspensa GORDO HELADERA HDP ,
OJALA NO PISES LA BOCA NUNCA
MAS



75 sem 1 Me gusta Responder

En la variable de “tipos de discriminación observada” presente en esta segunda unidad de análisis, la discriminación “por género” se observa en 16 veces. En tanto en la discriminación por “identidad y/u orientación sexual” se visualiza 18 veces contra 8 veces que se visualiza por discriminación por residencia. Por último la discriminación por “socioeconomía” se observa 4 veces.

Como ejemplo de violencia de género y de identidad sexual podemos señalar que en las cinco cuentas analizadas podemos encontrar mensajes de los usuarios donde se encuentra dichos tipos de discriminación.



javi.diaz14 Se te cayó la bombacha otra
vez Gago putitaaaaa



73 sem Responder

Otro tipo de discriminación encontrado en los comentarios que realizan los usuarios en la cuenta “enunabaldosa” está la discriminación por residencia.



jotape_escobar @crepyen
@pablitogirotti Aca tenemos un
boliviano con el ano dilatado.



75 sem 1 Me gusta Respo...

También podemos encontrar a la discriminación por tipo socioeconómico. Y como ejemplo encontrado en la cuenta “enunabaldosa” podemos señalar que dicho comentario realizado por el usuario se refiere a una imagen en donde se observa a hinchas de boca presentes en una terraza para ver el partido, de esa manera, evitar pagar por una entrada a la final de la Copa Libertadores.



juancho790_Ocupas

78 sem

Responder



Finalmente se realiza un conteo basandonos en la tabla 6 en base a la cantidad de veces vista tanto “puntos de vista relacionados con la violencia” y “puntos de vista relacionados con la discriminación” elaborandolo en un orden jerárquico cuyo resultado indica que la “violencia psicológica” y la “discriminación por Identidad y/u orientación sexual” ocupan el 1er puesto debido a la cantidad de veces observadas dentro de la investigación. El 2do lugar lo ocupa “la violencia sexual” y la “discriminación por género”. El 3er lugar lo ocupa la “violencia socioeconómica” y la “discriminación por lugar de residencia”. Por último, el análisis concluye que la 4ta posición lo ocupa la “discriminación por clase socioeconómica”..

CONCLUSIÓN:

Como se fue observando a lo largo de toda esta investigación, los colectivos van conformando líneas limítrofes que los separan respecto a los otros. Se diferencian de la “otredad”, no comparten sus mismos significantes. No obstante, esas líneas son permeables, como se vio, aquellos que conforman el metacolectivo fanático/a de fútbol en Instagram de Argentina pueden, a su vez, constituir otros colectivos: como fanático de River o de Boca, los cuales debido, nuevamente, a la dinámica del interjuego de la Identidad Estructura y la Identidad Estructurante en un nivel colectivo, van conformando un núcleo con caracterizaciones que los diferencia entre sí.

Esa diferencia es expresada, como se observó, con violencia y discriminación. Lo paradójico es que aquellos que en un nivel metacolectivo son violentos hacia la “otredad”(podríamos plantear el fanático/a de fútbol con aquellos que no lo son), también lo sean entre sí en un nivel colectivo inferior.

Pero esto no es algo nuevo, tan sólo viene a confirmar y seguir validando la exactitud de las teorías de la enunciación que refieren a la conformación de colectivos. Lo novedoso se plantea, entonces, cuando se pone la lupa en cómo se conforma esa Identidad colectiva, que, como se teorizó, influye en un aspecto de la Identidad de cada sujeto.

Acá es donde entra en juego el meme, ese acervo cultural cargado de sentidos y por el cual circulan discursos que legitiman y facilitan, por su componente humorístico, la inserción y “replicación” de estos discursos al interior de cada colectivo.

Aquello que va de la mano con la definición planteada de meme en esta investigación. En efecto, no debemos caer en la globalización del término a todo aspecto cultural. En la gran mayoría de casos, insistimos, habrá un componente humorístico en el meme, sino no puede ser considerado como tal.

Abstrayéndose de toda moralidad, en la medida de lo posible, en todos los casos de memes que se vio en el apartado “Análisis” hay un componente humorístico. Por más que resulte difícil de reconocer a primera instancia e incluso de “replicarlo” desde la interacción (lo cual desde un sentido moral termina siendo positivo) no significa que deje de existir.

Ahora bien, vemos que ese componente “humorístico” (considerado así por un colectivo determinado) puede subyacer un montón de otros discursos: violencia, xenofobia, incitación a la agresión física, etc...

En nuestro caso de estudio se concluye que los discursos que más fuerte circulan al interior del colectivo sobre violencia y discriminación son la violencia psicológica y la discriminación por Orientación sexual e Identidad de género, respectivamente.

Estamos en condiciones de afirmar, siguiendo la teoría esbozada, que estos aspectos constituyen el núcleo de la Identidad colectiva del grupo.

En un análisis de estos resultados podemos afirmar diversas cuestiones: Primero, si bien el tipo de violencia resultada no fue concebido en la hipótesis principal (se hipotetizó la física), la que resultó es, a nuestro entender, mucho peor que la física.

En efecto, la violencia psicológica implica la destrucción emocional del otro. No se plantea sólo una agresión física o un ataque, se concibe la idea de que no puede existir desde un punto de vista emocional ese otro.

Esa “otredad” desde la visión del núcleo de ese colectivo no puede tener alegrías, no puede tener un autoestima alto, por eso esa concepción de agredirla y menoscabarla. Asimismo, se potencia un

discurso donde ya no interesa tanto la idea de éxito del colectivo propio sino de que al otro le vaya mal.

Nuevamente, nuestra hipótesis secundaria ha sido excedida ampliamente. No sólo se quiere ridiculizar u distanciar al otro, sino que no se permite la existencia emocional del otro. Es decir, no estamos ante una relación pasiva (lo que supondría marcar diferencias y alejarse) sino ante una relación activa (se marcan diferencias y se pretende avanzar sobre ese otro, destruirlo emocionalmente).

Por otra parte, en cierta medida el hecho de que haya salido la violencia psicológica va de la mano con la supuesta libertad²³ de poder escribir lo que sea en redes sociales. En efecto, la violencia física se puede observar únicamente a través de acciones físicas concretas²⁴, caso contrario a lo que respecta a la violencia psicológica, que puede observarse a través de múltiples acciones no directas (como comentar una foto en Instagram a través de una computadora o celular).

Por otro lado, en cuanto a las subcategorías de discriminación, podemos observar una determinada tendencia en cuanto a los dos discursos que terminaron en primer y segundo lugar.

En efecto, tal cual como acertadamente hipotetizamos, en primer lugar resultó la discriminación de Orientación sexual e Identidad de género y en segundo la discriminación por género. Casualmente, es en torno a estos mismos tópicos que el gobierno argentino y gran parte de la sociedad ha ido construyendo y tratando de institucionalizar en los últimos años un discurso de aceptación.

Desde el Estado argentino a través de la aprobación de leyes como la N° 27.499 (“Ley Micaela”), que establece la capacitación obligatoria en género y violencia de género para todas las personas que se desempeñan en la función pública, en los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Nación; la N° 26. 618 (“Ley de matrimonio igualitario”), que establece que el matrimonio tendrá los mismos requisitos y efectos, con independencia de que los contrayentes sean del mismo o de diferente sexo; la N° 26. 485 (“Protección integral a las mujeres”), que instruye la protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales; la N° 26. 743 (“Ley de Identidad de Género”); entre otras.

En cuanto a la sociedad en general, hubo un hecho que marcó un antes y un después que fue la realización de la primera marcha “Ni Una Menos”²⁵ para protestar, entre otras cuestiones, por la

²³ Tanto Instagram como Facebook tienen la potestad de censurar determinados comentarios.

²⁴ No confundir con la acción de escribir, sino una acción de agresión directa.

²⁵ El 3 de junio de 2015.

violencia de género y la cantidad de femicidios que acontecen cada día contra las mujeres. Esta marcha marcó el inicio de una larga cantidad de protestas²⁶ que cada año se repiten, no sólo en Argentina sino también en otros países del mundo.

Entonces, ¿Cómo es que a pesar de la visibilidad e institucionalización de la problemática de género y de la aceptación al colectivo LGBTIQ (entre otros) por parte de un Estado y parte de una sociedad los discursos que más circulen en el núcleo del colectivo de estudio sean todo lo contrario?

Hipotetizar en torno a esto requeriría otro trabajo de investigación diferente. Lo cierto es que el colectivo de estudio está dentro de un ambiente que ha recibido históricamente diversas críticas aludiendo una posición “machista”, que se situaría en un polo opuesto a los discursos mencionados en el párrafo anterior.

En relación a esto, otra de las hipótesis que se planteó era que dentro de los discursos que más circulaban en este colectivo se iba a encontrar discriminación sobre lugar de origen y/o etnia, lo que se relaciona con la xenofobia. Sin embargo, este tipo de discriminación ocupa el 3er lugar, muy distante de los primeros (Ver Tabla N° 6) ya que fueron pocas las veces donde se lo detectó.

Contrario a lo que por vox populi se podría pensar, si bien hay presencia de discriminación por lugar de origen y/o etnia, ésta no es la que más fuertemente se desarrolla en el colectivo.

Tomando estas informaciones, podríamos pensar en la Identidad colectiva del fanático/a de fútbol de Argentina en Instagram como si fuera un cubo (su forma ideal, plena), cuya forma se va distorsionando a través de sus interacciones, que se encuentra pegado a otros cubos (lo que formaría la sociedad en general, el resto de los colectivos).

En el interior de este cubo está el núcleo, el cual concentra las escenas validadas más fuertemente arraigadas al interior del grupo, por fuera de éste están todas aquellas ideas más permeables, y un poco más afuera se llega al intercambio con otros grupos.

Esta analogía, utilizada para facilitar la comprensión de los resultados obtenidos, nos permite explicar dos cosas:

Primero: que el núcleo duro de este colectivo está compuesto por una “identificación” heteronormativa²⁷, contraria a una concepción de una diversidad de género más amplia.

²⁶ En general la convocatoria a las marchas en Argentina suelen ser bajo la consigna: #NiUnaMenos, #VivasNosQueremos, #VivasYLibresNosQueremos, entre otras.

A riesgo de no ser reiterativos, basta con analizar la cantidad de veces que se empleó la palabra “puto”²⁸ (ver ANEXO) como adjetivo calificativo agresivo para referirse a la “otredad”.

Sin duda, éste y otros calificativos de la misma índole utilizados parecen validar la idea mencionada de que existe un discurso “machista” circulando al interior de este colectivo.

Segundo: que a medida que nos alejemos de ese núcleo, la discriminación por orientación e Identidad sexual seguirá igual, pero irá disminuyendo la discriminación por lugar de origen y/o etnia.

Ahora bien, yendo hacia los enunciadores presentes. Se comprobó la hipótesis secundaria planteada. En efecto, se puede observar como se establece una relación conflictiva entre ambos equipos de fútbol, apelando a determinados estereotipos asociados a ambos clubes, jugadores de ambos clubes (por ejemplo cuando se alude de que el jugador del Club Atlético Boca Juniors Fernando Gago utiliza bombacha), los cuales imposibilitan que la relación sea amigable.

Por último queremos aclarar, como se deduce de todo lo desarrollado, que el meme no es “inocente”, es decir, no otorga una excusa válida para replicar contenidos ofensivos para determinados colectivos como se ha leído justificar. Debe tenerse mucho cuidado al replicar un meme y detectar, con especial detalle, aquellos discursos que circulan en su interior.

Siendo la unidad mínima del meme el sentido (Salazar, Edwards y Archilla, 2014), el conflicto surge de que no todos los colectivos comparten el mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

-Amnistía Internacional (s/f) *Definición de Discriminación*. [online]. Disponible en:

<https://www.amnesty.org/es/what-we-do/discrimination/>

-ARANGO PINTO, L. G. (2015) *Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica*. Brasil: Revista Comunicação, Mídia e Consumo.

²⁷ El término proviene de Heteronormatividad, desarrollado por Michael Warner (1993), significa “el conjunto de las relaciones de poder por medio del cual la sexualidad se normaliza y se reglamenta en nuestra cultura y las relaciones heterosexuales idealizadas se institucionalizan y se equiparan con lo que significa ser humano” Warner, M. (1993) *Fear of a Queer Planet*.

²⁸ Término utilizado en Argentina de forma despectiva para referirse a un hombre homosexual.

- AUNGER, R. (2000) *The status of memetics as a science*, Nueva York: Oxford University Press.
- AUSTIN, J. L. [1962] (1982), *Cómo hacer cosas con palabras*, Barcelona: Editorial Paidós.
- BAUCKHAGE, C. (2011) “Insights into internet Memes” [online]. Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, Barcelona. Disponible en: <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2757/3304>
- BAJTÍN, M. *Estética de la creación verbal*. 2da edición. México: Siglo XXI. 1985. Capítulo V: “El problema de los géneros discursivos”. ISBN.9789876290357.
- BENVENISTE, É. (1966), *Problèmes de linguistique générale*, París, Gallimard, t. I, traducción de 1971, Problemas de lingüística general, 1, México, Siglo XXI.
- BENVENISTE, É. (1974), *Problèmes de linguistique générale*, París, Gallimard, t. II, traducción de 1977, Problemas de lingüística general, 2, México, Siglo XXI.
- BLACKMORE, S. (1999) *The meme machine*. Oxford University Press, Oxford.
- BOURDIEU, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- CASTELLS, M. (1999). *La sociedad red. El poder de la identidad*. México: Siglo XXI.
- DA CUNHA, R. (2007) *Memes en weblogs: proposta de uma taxonomia*. Porto Alegre: FAMECOS, núm. 32.
- DANUNG, J., & ATTAWAY, L. H. (2008). *All your media are belong to us: An analysis of the cultural connotations of the internet meme*. [online] Literature, Culture and Digital Media, núm. 17. Disponible en: http://bth.danung.com/danung_rsch.doc.
- DAWKINS, R. (1976) *The Selfish Gene*, Oxford University Press, Nueva York.
- DÍAZ, H. (2012), *Cómo se dice el humor: un abordaje del humor y la comicidad desde la enunciación*, Buenos Aires: Ediciones La Isla de la Luna.
- ECO, U. (1988) *Signo*. Barcelona: Editorial Labor.
- ECO, U. (1992) *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Editorial Lumen.
- ECO, U. (1994) “Does the Audience Have Bad Effects on Television?”, en *Apocalypse Postponed*, Estados Unidos: Indiana University Press.

- ESPUGLUES SANMARTÍN, J. & IBORRA, I. (2011) *¿Cómo clasificar la violencia? La taxonomía según Sanmartín*, [online] Universidad Internacional Valenciana. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/277263839_Como_clasificar_la_violencia_la_taxonomia_segun_Sanmartin
- ESPUGLUES SANMARTÍN, J. (2013) *La violencia y sus claves*, Valencia: Editorial Grupo Planeta.
- FACIO, A. (s/f). *El derecho a la no discriminación* [online], CorteIDH. Recuperado de <http://www.corteidh.or.cr/tablas/a22077.pdf>.
- Federación Argentina de Lesbianas, Gays y Trans - FALGBT (s/f) *Educación: Diversidad sexual y afectiva - Guía para educadorxs*. [online] Disponible en: <http://www.falgbt.org/educacion-2/>
- Federación Argentina de Lesbianas, Gays y Trans - FALGBT (s/f) *Educación: Ley de Identidad de Género - Guía para educadorxs*. [online] Disponible en: <http://www.falgbt.org/educacion-2/>
- Fundación Huesped (s/f) *Diversidad sexual y género* [online]. Disponible en: <https://www.huesped.org.ar/informacion/derechos-sexuales-y-reproductivos/tus-derechos/diversidad-sexual-y-genero/>
- GIMENEZ, G. (2000) *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. En José Manuel Valenzuela Arce (coord.), *Decadencia y auge de las identidades*. México: El Colegio de la Frontera Norte / Plaza y Valdés, pp. 45-78.
- GIMENEZ, G. (2007) *El debate contemporáneo en torno al concepto de etnicidad*, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Goal.com (2018, 24 de noviembre) *El Superclásico River-Boca en redes sociales: ¿quién tiene más seguidores?* [online], nota sitio *Goal.com*. Disponible en: <https://www.goal.com/es-ar/noticias/el-superclasico-river-boca-en-redes-sociales-quien-tiene-mas/11wcjizw6gol14mub1nz7kwlo>

- Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo - INADI (2019), *Entender la discriminación* [online], informe de gestión. Disponible en: <http://inadi.gob.ar/contenidos-digitales/wp-content/uploads/2019/11/Entender-la-Discriminaci%C3%B3n.pdf>
- KNOBEL, M. & LANKSHEAR, C. (2007) “*Online Memes, Affinities, and Cultural Production*”, en Lankshear C., Michael Peters, Michele Knobel and Chris Bigum (Eds.) *A new literacies sampler*, Peter Lang, Nueva York.
- LISSACK, M. R. (2004) *The Redefinition of Memes: Ascribing Meaning to an Empty Cliché*. *Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission*, núm. 8, Hershey, PA. Disponible en: <http://cfpm.org/jom-emit/2004/vol8/lissack.html>
- MAFFESOLI, M. (1988). *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en la sociedad de masas*. Barcelona: Editorial Icaria.
- MAINGUENEAU, D.(2009) *Análisis de textos de comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- MANDOKI, K. (2006). *Prácticas estéticas e identidades sociales*. México: CONACULTA.
- MEAD, G. H. (1934) *Mind, Self, and Society. From the Standpoint of a Social Behaviorist*, Chicago. (Traducción al español: *Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social*, Paidós, Barcelona, 1968).
- MERREL, F. (2001) *Charles Sanders Peirce’s concept of the sign*. The Routledge Companion to Semiotics and Linguistics, Londres: Editorial Routledge.
- NOËLLE-NEUMANN, E. (1995): *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona. Paidós.
- Olé Digital (2018, 21 de noviembre) *¿De cuántos países vienen a cubrir la final?* [online], nota Diario *Olé digital*. Disponible en: https://www.ole.com.ar/futbol-internacional/libertadores/river-boca-acreditaciones-paises_0_PcyzCkxQ.html
- Olé Digital (2018, 4 de diciembre) *Súper en audiencia* [online], nota Diario *Olé digital*. Disponible en:

https://www.ole.com.ar/futbol-internacional/libertadores/alejandro-dominguez-audiencia-river-boca_0_PCzG7kpXh.html

-Organización Mundial de la Salud - OMS (actualización 2020). *Definición de Violencia*. [online] Disponible en: <https://www.who.int/topics/violence/es/>

-Organización de Naciones Unidas - ONU, Observación General N.º 18 del Comité de Derechos Humanos, HRI/ GEN/1. Rev.2., párrafos 7 al 13.

-PEIRCE, C. S. (1987) *Obra lógico-semiótica*. Madrid: Taurus.

-PICÓN, R. (2018, 6 de abril) *Los clubes argentinos con más socios* [online]. Nota sitio *Besoccer.com*. Recuperado en: <https://es.besoccer.com/noticia/los-clubes-con-mas-socios-en-argentina-406620>

-PRANDI, M. (s/f). *Claves para pensar la violencia. Entrevista a José Sanmartín Espuglues*. [online] Letra Urbana digital, edición N° 36. Recuperado en: <http://letraurbana.com/articulos/claves-para-pensar-la-violencia-entrevista-a-jose-sanmartin-esplugues/>

-Real Academia Española - RAE (actualización 2019). *Definición de Identidad*. [online] Disponible en: <https://dle.rae.es/identidad>

-ROMEY, V., *Epistemología para la planeación de la comunicación y definición de los siete problemas comunicativos* (2013), en Aguilar, A., Vicente Castellanos, y Gabriel Pérez Salazar, (eds.) *La producción del conocimiento en las ciencias de la comunicación y su incidencia social*, AMIC / UAdeC, Saltillo, Coahuila, México.

-SALAZAR, G., EDWARDS, A. & ARCHILLA, M. (2014) *El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake*, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco México.

-SALAZAR, G. (diciembre 2017- marzo 2018) *El meme en Internet. Identidad y usos sociales*. [online] México: Reseña *Revista Chasqui* N°136. Recuperado en: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3522/3000>

-SALAZAR, G. (2017) “*Teoría del meme*” en Pérez Salazar, G. *El meme en Internet. Identidad y usos sociales*. México: Fontamara / Universidad Autónoma de Coahuila.

-SEARLE, J. [1969] (1980), *Actos de habla*, Madrid. Editorial: Cátedra S.A.

- SEARLE, J. [1975a] (1995), “*Una taxonomía de los actos ilocucionarios*”, en Valdés Villanueva, L. La búsqueda del significado, Murcia: Editorial Tecnos.
- SEARLE, J. (1975b), “Indirect Speech Acts”, en Cole, P. y Morgan, J. (eds.), *Syntax and Semantics*, 3: Speech Acts, New York, Academic Press.
- SHIFMAN, L. (2011) “*An anatomy of a YouTube meme*”. *New Media & Society*, vol. 14, núm. 2, Sage Publications Ltd.
- SHIFMAN, L. y Thelwall, M. (2009) “*Assessing global diffusion with Web Memetics: The spread and evolution of a popular joke*”. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 60, núm 12.
- SHORT, T. L. (2007) *Peirce’s Theory of Signs*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Tipos de Violencia* [online] (2020). Argentina: sitio web oficial del gobierno de Argentina: www.argentina.gob.ar. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/derechoshumanos/proteccion/genero/tipos-de-violencia>
- WATZLAWICK, P. & BEAVIN, J. J. D. (1976). *Teoría de la Comunicación Humana*, Barcelona: Editorial Herder.
- We are Social & Hootsuite (January 2019). *Digital 2019 Global Digital Overview* [online]. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>
- WILSON, E. O. (1998) *Consilience: The Unity of Knowledge.*: Alfred A. Knopf, Inc., Nueva York, 1998.
- WOLTON, D. (1999). *Sobre la Comunicación*. Madrid: Acento.
- ZAYAS ALARCÓN, V. (2017) *Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red: el caso de los memes sobre filósofos*. España: Revista de Comunicación/volumen XVI. ISSN 1684-0933.
- ZECCHETTO, V. (2002) *La danza de los signos. Nociones de semiótica general*, Quito, Ecuador: Editorial Abya-Yala.

