

## Participación política desde la producción de memes. Un estudio con memeros cubanos

## Political Participation from the Production of Memes. A Study with Cuban Memeros

**Daybel Pañellas Alvarez** 

Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba  
[arcangel@cubarte.cult.cu](mailto:arcangel@cubarte.cult.cu)

**Evelyn Rabí Isla** 

Estudiante  
Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba  
[everais02.cu@gmail.com](mailto:everais02.cu@gmail.com)

**Amanda Rojas Delgado** 

Estudiante  
Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba  
[mazdacu@gmail.com](mailto:mazdacu@gmail.com)

**Fecha de envío:** 23/10/2023

**Fecha de aprobado:** 21/12/2023

---

**RESUMEN:** Los memes resultan un contenido que circula por las redes sociales con frecuencia y que se utilizan como forma de comunicación en diferentes ámbitos dado su formato (corto, humorístico, visual). Su estudio constituye un modo de analizar la participación política en las sociedades conectadas en redes. Cuba no es una excepción. Se llevó a cabo esta investigación con el objetivo de caracterizar las identidades sociales de los memeros e identificar en sus memes la presencia de temas políticos, sus formatos, actores, contenidos específicos y recurrencias entre memeros. El artículo muestra resultados de una investigación cualitativa entre enero y junio del 2023, con memeros cubanos y parte de sus producciones en Instagram y twitter.

**PALABRAS CLAVE:** identidad social; participación política; redes sociales.

**ABSTRACT:** Memes are contents that frequently circulates on social networks and are used as a form of communication in different areas given their format (short, humorous, visual). Its study constitutes a way of analyzing political participation in networked societies. Cuba is not an exception. This research was carried out with the objective of characterize social identities of memeros and identify in their productions the presence of political themes, their formats, actors, specific contents and recurrences between memes. The article shows results of a qualitative investigation between January and June 2023, on Cuban memes and part of their productions on Instagram and Twitter.

**KEYWORDS:** social identity; political participation; social network.

La experiencia cotidiana da cuentas de la constante circulación de memes a través de las redes sociales digitales y su facilidad para conectar sujetos y grupos. Las llamadas generaciones Z y Millennial, en 2020 identificaron a los memes como el segundo contenido que más les gustaba compartir; en 2021, eran el contenido más compartido entre todos los grupos demográficos en Estados Unidos (Wasike, 2021).

Desde la Psicología social, el estudio de los memes resulta interesante por varias razones; se podría comenzar la lista identificándole como un producto comunicativo que, a partir de su capacidad de apropiación y replicación, da cuentas de temas que constituyen necesidades individuales y/o grupales, referidos en muchos casos a temas socio políticos que abordados de otra manera pudieran resultar “incorrectos” tanto por su contenido como porque el propio acto de replicabilidad y no autoría, diluye la responsabilidad de quien lo envía.

Los memes están contribuyendo a articular el discurso público en la actualidad, y sirven para conformar y reflejar estados de opinión (Shifman, 2014). No menos importante resulta el uso del humor como elemento de bienestar y como recurso crítico: visto como arma y único medio defensivo de los subyugados (Cruz, 1992) o mecanismo para desacralizar la autoridad impuesta (Mañach, 2021).

Por otra parte, defender la postura de que las redes sociales digitales son un espacio socializador, significa valorizar la categoría Situación Social de Desarrollo, desarrollada por Vigostky. Esta constituye la combinación particular que se da en cada etapa entre las condiciones externas (sistemas de actividad y comunicación) y los procesos internos (cognitivos y afectivos, motivacionales y morales) que dan

lugar a la neoformación central que aparece al final de cada etapa. En este sentido, se considera a memes y memeros como parte de esta configuración.

Al mismo tiempo, se asume el espacio digital como otra esfera de la vida cotidiana, que al mismo tiempo transversaliza las esferas tradicionalmente identificadas en esta categoría (tiempo libre, trabajo, actividad sociopolítica). Desde los códigos particulares de las redes, se desarrollan rutinas y constituyen obviedades.

Los memes se convierten en un modo de analizar la sociedad y la participación de sus miembros. Cabe cuestionarse si cumplen una función “superficial” – entretener y/o desvalorizar los problemas de la vida cotidiana- o contribuyen a transformaciones emancipadoras; también si los memeros cubanos constituyen un grupo social que intenciona desde su producción la participación política.

### Fundamentos teóricos

El término meme se emplea, por lo general, para referirse a una composición verbo-visual o audio-visual, breve, humorística, de naturaleza digital que se transmite por la red. Son contenidos de naturaleza diversa –política, sexo, identidades, etc.- que adquieren una rápida popularidad en la web, siendo susceptibles de evolucionar, a medida que son comentados o recontextualizados (Shifman, 2014). Milner (2012), agrega que los memes de internet son construcciones discursivas que sirven para articular argumentaciones. El hecho de no solo compartir, sino imitar, reapropiarse y remezclar son valores fundamentales de lo que se ha denominado la “nueva cultura participativa” (Shifman, 2014).

“Los memes se comunican con los memes a través de nuevos memes” (Shifman, 2014). Como explica Ruiz (2018), su cualidad intertextual, se relaciona con el hecho de que los memes se reproducen mediante la cita y la referencia (de un meme para consigo mismo y a veces a otros memes), y con que el contenido del meme suele poner en relación la idea o argumento que se pretende transmitir con un fenómeno de la cultura popular que hay que conocer para poder comprenderlo. Pasar de simplemente compartir un meme a participar en el proceso de expansión significativa de este solo es posible para una parte específica de la población. De ahí que haya llegado a hablarse de los memes en términos de “capital cultural” (en el sentido que Bourdieu da a este sintagma) (Nissenbaum, 2018).

En términos de códigos culturales, se habla también del uso de la movilización emocional en la construcción de los memes, la “lógica del lulz” que focaliza en el entretenimiento evadiendo cualquier forma de negatividad, la alegría expresada con ironía y de los llamados públicos afectivos (Milner, 2013a, 2014).

Varios autores que se han dedicado al estudio de los memes afirman que las plataformas digitales se constituyen en espacios institucionalizados de socialización, en los que los memes se han convertido en medio de difusión de propaganda fáciles y digeribles porciones de ideología política y cultura que difunden los *netizens*- ciudadanos de internet. Estas creaciones son portavoz de posturas individuales que se conectan con estructuras y constructos sociales, con lo cual visualizan relaciones de poder.

Por tanto, son una forma de participación política, de identidad y de construcción de comunidad (Mina, 2018; Ask, 2018; Silvestri,

2018; Nagle, 2017; Literalt & Gerth, 2017; Nissenbaum & Shifman, 2017; Gal et al., 2015; Edgerly et al., 2016; Shifman, 2014).

¿Quiénes son los memeros? ¿constituyen un grupo que genera identidad social? Si así fuera, ¿cómo se caracteriza? Estas fueron preguntas que se respondieron a partir de un estudio exploratorio en el año 2022 (Pañellas & Toledo, 2023) y que se retoman en esta investigación tanto por el desarrollo del uso de las redes como por el de las dinámicas sociales en general.

La teoría de las identidades sociales es adecuada para analizar a los memeros en tanto se identifican como actores sociales, que interactúan con otros tanto de la esfera digital (youtubers, influencers, instagramers, etc.) como con otros grupos sociales (poblacionales, socio ocupacionales, entre otros). La identidad social conecta los procesos psicológicos con condicionamientos económicos, políticos, culturales e históricos de la conducta. Tajfel (1984), su creador, define la identidad social como: “aquella parte del autoconcepto del individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo(s) social(es) junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (p. 264).

El proceso de categorización social es esencial para comprender esta categoría. Es

*un sistema de orientación que ayuda a crear el puesto del individuo en la sociedad. Un proceso de unificación de objetos y acontecimientos sociales en grupos que resultan equivalentes con respecto a las acciones, intenciones y sistema de creencias de un individuo. (Tajfel, 1984, p. 293)*

Esto incluye la identificación de un prototipo grupal, categoría que Turner asumió que era el modo en que las personas representan a los

grupos sociales cognitivamente. Y de comparación social. En este, mediante el principio de acentuación, maximiza diferencias entre endogrupo y exogrupo, favoreciendo al primero. Esta comparación se realiza sobre cuestiones físicas, actitudinales y comportamentales, atendiendo a dimensiones relevantes. De esta manera, se refuerza una autoestima positiva derivada de la pertenencia al grupo.

El estudio que se compartirá en este artículo se cuestionó el uso de los memes como medio de participación política tanto de sus creadores (memeros) como de sus seguidores. En esta ocasión, por cuestión de espacio, solo se presentan los resultados relativos a los memeros. En el caso de este grupo, se dio continuidad a un estudio exploratorio anterior (Pañellas & Toledo, 2023) en el que se indagó sobre la existencia de identidad social entre memeros.

### Métodos

Se desarrolló un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo (Rodríguez, 1996). Las unidades de análisis fueron los memes y los memeros. En el caso de los primeros, se identificó la producción cubana en distintas plataformas y se llevó a cabo un análisis de contenido que tuvo como objetivo categorizar las producciones e identificar la presencia de temas políticos, sus formatos, actores, contenidos específicos y recurrencias entre memeros.

Con los memeros, se empleó un cuestionario digital semiabierto, generado y respondido a través de la herramienta de Google Forms. Se combinaron preguntas de tipo cerradas (con opciones de respuestas previamente definidas), brindando siempre la posibilidad de añadir nuevas opciones, y con preguntas abiertas (que permiten mayor amplitud y detalle en las respuestas). De

este modo se realizó un acercamiento a la muestra con mayor nivel de profundidad y flexibilidad. Permitió abordar las perspectivas individuales de los memeros que participaron, desde sus propias palabras y reflexiones.

### Procedimiento de acceso a la muestra

Teniendo en cuenta las clasificaciones de tipo de muestra que nos brinda Sampieri (2014), puede afirmarse que la misma se entiende como muestra homogénea, a conveniencia. Se tuvo en cuenta un muestreo por criterios específicos, estos fueron: su presentación en las redes como memeros o creadores de contenido; que sus contenidos se consideraran como memes; que fueran cubanos. A ellos se accedió a través de sus perfiles en redes, contactándolos de manera virtual, por Instagram o Telegram principalmente. A todos los participantes se les pidió el consentimiento para socializar los resultados de esta investigación.

La colección de memes se realizó por las plataformas Instagram y Twitter, entre enero y junio de 2023. En este último mes se realizó la entrevista a los memeros. Los datos fueron recogidos primeramente a través del instrumento online y posteriormente procesados mediante el *Statistical Packet for Social Science* (SPSS). Fueron agrupados por categorías categorías: datos sociodemográficos, plataformas y dispositivos de mayor consumo, hábitos de consumo y rutina productiva; categorización, construcción de la identidad, interacciones entre memeros, participación política y sentido y significado. Posteriormente, se realizó un análisis de contenido de las preguntas abiertas para detectar frecuencias o patrones similares. Por último, se analizaron los memes producidos por los sujetos que participaron en la investigación

teniendo en cuenta los indicadores listados anteriormente.

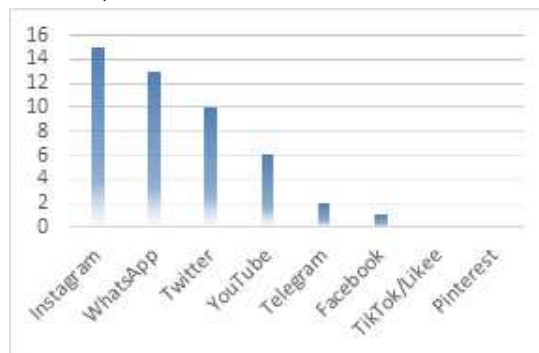
**Resultados**

**Sujetos de investigación y su rutina productiva**

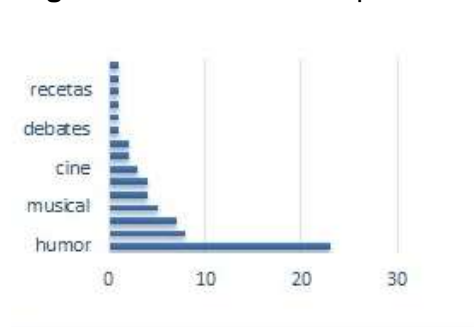
La muestra está conformada por un total de 26 memeros, adolescentes y jóvenes, mayoritariamente blancos (21), negros 3, mestizos 2; masculinos (23/26); con un nivel de escolaridad medio (12 personas en total, entre sujetos con nivel medio superior y medio básico) y superior (13), habaneros (15), seguidos por 3 de Holguín, 2 que se encuentran fuera de Cuba, y 6 miembros de diversas provincias cubanas como Pinar del Río, Matanzas, Artemisa, Sancti

Spiritus, Granma y Santiago de Cuba. Existe gran heterogeneidad en cuanto a los municipios en los cuales residen. Sus edades se encuentran entre 19 y 25 años (14), entre 26 y 31 años (8), y entre 15 y 18 años (4). La mayoría de los sujetos de la muestra, manifiestan ser estudiantes 13/26, solo 1 se encuentra desocupado.

Su acceso y consumo de redes sociales es muy similar. Se conectan todos los días (a excepción de uno de los entrevistados), 25/26 emplea sus teléfonos móviles como dispositivo y utiliza los datos móviles como red principal de conexión. Las redes sociales que prefieren son Instagram, Whatsapp y Twitter, y consumen fundamentalmente humor y musicales.



**Figura 1.** Redes sociales preferidas.



**Figura 2.** Contenido.

Las siguientes imágenes muestran su identidad digital y sus argumentos al respecto (ver

figura 3). Nótese que algunos no quisieron ofrecer esa información.

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado

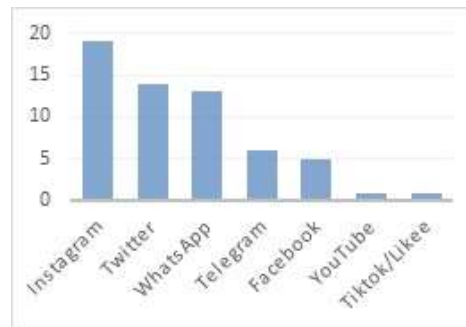


Figura 3. Identidad digital.

Por lo general, coinciden las redes sociales en las que consumen y publican contenido. Instagram es más seleccionada por el alcance, Facebook y WhatsApp por la interacción con amigos y allegados, Telegram por las facilidades

para compartir archivos y Twitter por el formato y el intercambio con seguidores y otros creadores de contenido. Algunos memeros utilizan más de una plataforma.

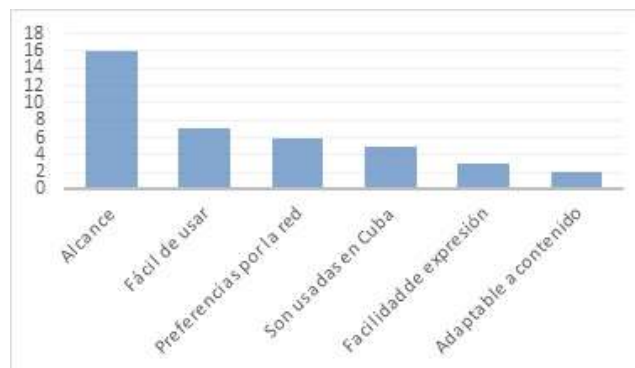
Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado



**Figura 4.** Redes sociales empleadas para publicar.

Los motivos de selección más frecuentemente identificados fueron (en orden de frecuencia)

- Alcance: cantidad de personas a las que se puede llegar a través de un contenido específico, en una plataforma determinada.
- Preferencias por la red: gusto personal por la misma- se produce y se comparte contenido.
- Son usadas en Cuba: su público meta es cubano.
- Facilidad de expresión: libertad para producir y compartir contenido en cuanto a las políticas de la plataforma y a la aceptación del público, así como accesibilidad de la red para crear contenido de manera fácil y rápida.
- Adaptable a contenido: Relacionado con el formato de presentación y la aceptación del público en una plataforma determinada.



**Figura 5.** Motivos principales

*Trato de estar presente en más plataformas para que mis memes lleguen a más personas; Son las más usadas en Cuba; Es la plataforma ideal para subir videos (reels) fácil de viralizar y en la que se puede tener mejor interacción con tus seguidores; Son las que más me gustan y donde más interacciones tengo; son las app que más me*

*atraen para publicarlos; Siento que son donde mejor me expreso; Son las más usadas en Cuba.*

Según refieren, existe una interrelación entre el contenido que publican y sus intereses personales. Las temáticas que cada memero refleja son variadas; no obstante, la mayoría de

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado

sus memes se relaciona con la cotidianidad cubana, presentada a modo de burla o crítica

Intencionan sus públicos (refieren que se dirigen a todo público, jóvenes y cubanos)

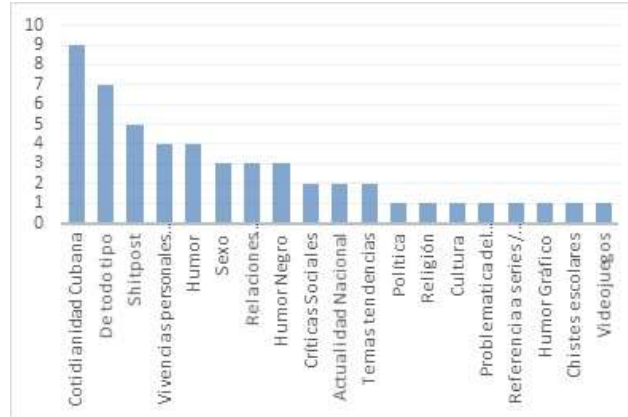


Figura 6. Contenido que publican.



Figura 7. Público meta.

**Sobre la existencia de identidad social**

**Componente cognitivo**

**Autocategorización**

En lo referente a la autocategorización, resulta interesante que 15 de los sujetos estudiados se autocategorizan como memeros, en primera

opción; sin embargo, todos se inscriben en otras categorías relacionadas con la producción de contenido en redes sociales digitales (instagrmers, twiteros, influencers) excepto “youtubers” .

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado

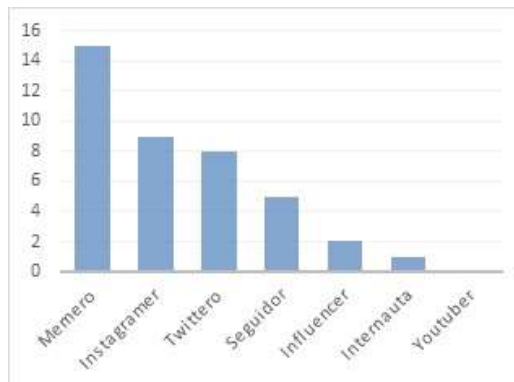


Figura 8. Categoría principal en la que se agrupan

*Siempre me ha gustado hacer memes y divertirme con todo; Porque suelo hacer memes sobre diferentes temas del ámbito social; Por el alcance que tiene mi contenido en redes sociales; Me gusta el contenido que entretenga a las personas y me gusta que sean felices para que olviden su triste futuro en este país.*

Los motivos se vinculan tanto a la plataforma principal por la cual se genera y comparte el contenido, como en menor medida a la denominación externa, o el gusto personal.

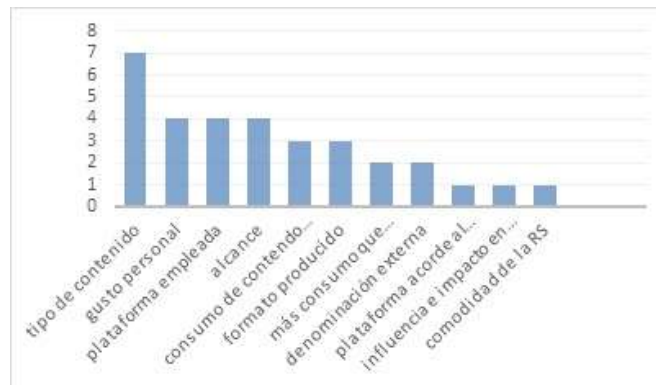


Figura 9. Motivos de selección.

**Razones de pertenencia**

Resaltan motivaciones individuales para ser memero. Estas se relacionan con el contexto de pandemia, el azar, el aburrimiento, hacer reír a otras personas, y en casos aislados, con la expresión de inconformidad y una necesidad de estrategia publicitaria del negocio.

*Principalmente aburrimiento por la pandemia pero también el tener algo que decir utilizando el sentido*

*del humor; Creé algunos memes para un grupo de facebook, a la gente le gustó y me cree una página; Inicialmente entré a Twitter como espectador y fui interactuando con cuentas de humor que incluso hoy están aún activas, de ahí me fui motivando a hacer el humor yo mismo, inicialmente con memes (plantillas a las que yo añadía textos) y ya actualmente con tuits (ideas escritas sin imágenes); En esencia lo que me hizo empezar a hacer memes fue ver que existían muchas personas haciéndolos;*

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado

*Porque me gusta hacer reír a los demás además tengo facilidad para decir y escribir anormalidades; Para compartir mi forma de ver la situación del país con humor; Era mi manera de expresar mi inconformidad con algunos temas y siempre me ha gustado hacer reír.*

### Componente emocional

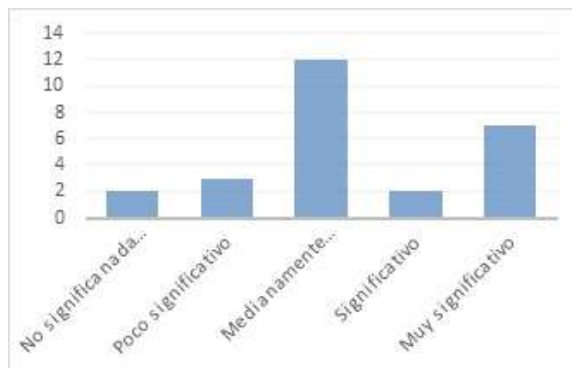
La mayoría (11/26) ofrece respuestas de contenido cognitivo; 7/26 se refiere a vivencias de satisfacción asociadas al reconocimiento, aceptación y afiliación.

*Porque es la manera en la que mejor me siento interactuando en las redes sociales; usar prácticamente toda la semana la red social de*

*Instagram y hacer contenido para el disfrute de los usuarios; El apoyo de las personas que interactúan con el contenido, tanto seguidores como otros creadores; Porque tengo arte para hacer reír a las personas, siempre lo he tenido; Porque Instagram para mí es como un escenario o una galería en la que la gente puede ver mi contenido; Me gusta, ser conocido por ser alegre, repartir alegría, provocar risas, o sea, nada negativo. En un país donde pocas noticias son buenas, me alegra ser el tipo que le saca provecho a la noticia y "la suaviza" con humor.*

### Componente evaluativo

La significación de pertenencia al grupo es mediana (3) para 12/26; alta (4 y 5) para 9/26 .



**Figura 10.** Significación de la pertenencia a este grupo.

En lo relativo a la valoración de ventajas y desventajas de ser memero refieren argumentos relacionados con alcance, reconocimiento, filiación, satisfacción y ocio, autorrealización, desahogo. Se explicita el desahogo con respecto a incomodidades relativas al entorno sociopolítico.

### Ventajas

*Expresarme de manera graciosa; La satisfacción contigo mismo al ser reconocido por hacer algo que*

*te gusta; te ayuda a crecer como algún tipo de humorista gráfico o algo así y sientes aceptación porque ves que la gente comparte tu manera de pensar; Puedes colaborar con otras cuentas lo que propicia que tú contenido llegue a más personas etc; Ventajas la verdad no hay ninguna XD; Me gusta entretener a las personas para que rían y olviden por unos momentos su realidad; Hacer reír a mis seguidores y darle contenido para sus redes; Es la manera en la que expreso mi manera de pensar y es como una forma de desahogo.*

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado

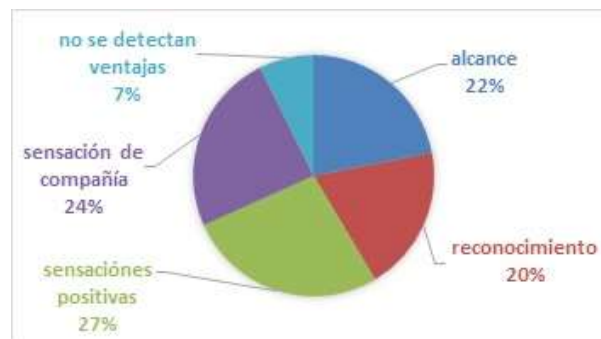


Figura 11. Ventajas principales.

### Desventajas

Los sujetos vinculan el análisis de su rol como memero con el de la plataforma. Se concentran las desventajas en cuestiones relativas a gastos, consumo de megas y censuras, tanto por la presión pública como por posibilidades de arresto y otras consecuencias negativas que puedan generarse por el contenido publicado

*La cantidad de megas que se gasta en eso; Que me puedan meter preso; Problemas que puedes llegar a tener si el público resulta ofendido con alguno de tus memes; Tienes que dedicarle mucho tiempo y estar pendiente de todo lo que ocurre en tu país y en el mundo para así tener contenido y además siempre hay haters que se ofenden con tu humor o no les gusta tu contenido; Ciertas polémicas que pueden traer algún inconveniente.*

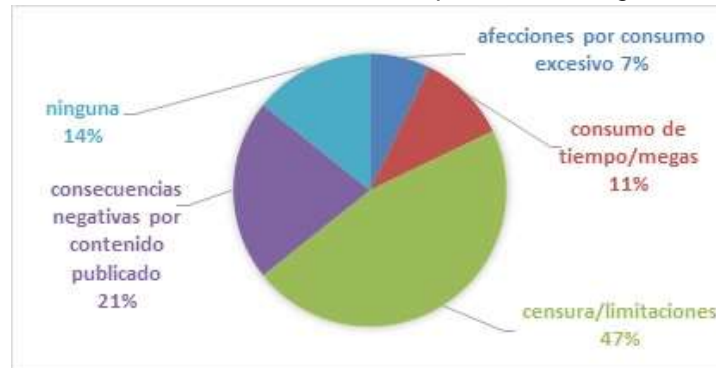


Figura 12. Desventajas principales.

### Prototipo

Muchos refirieron que los memeros no tienen un prototipo único; otros describieron a un memero en concreto, e incluso a influencers.

El memero típico que se describe, en general, es estudiante (principalmente universitario), fundamentalmente por encima de los 20 años, en cuanto al color de la piel el criterio es bastante

heterogéneo, aunque predomina el color blanco, el género masculino. Sus cualidades son el sentido del humor, ingeniosidad e inteligencia. Además, prepotentes e incapaces para limitarse en sus burlas (por lo cual pueden resultar ofensivos en determinado punto). Estas últimas características fueron identificadas como "defectos". Hacer reír a un amplio público es lo

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado

que detectan como su intención (esto también emergió de algunos sujetos).

Los memeros descritos fueron El Cacique, Yo uso mi nasobuco, El Ru4kSo, además al Guarromántico (no es cubano, sin embargo, es uno de los memeros más conocidos en

Latinoamérica), así como a Kristoff Criollo (influencer).

Se les pidió identificar a los memeros cubanos más conocidos, y la lista resultó como sigue (ver figura 13).

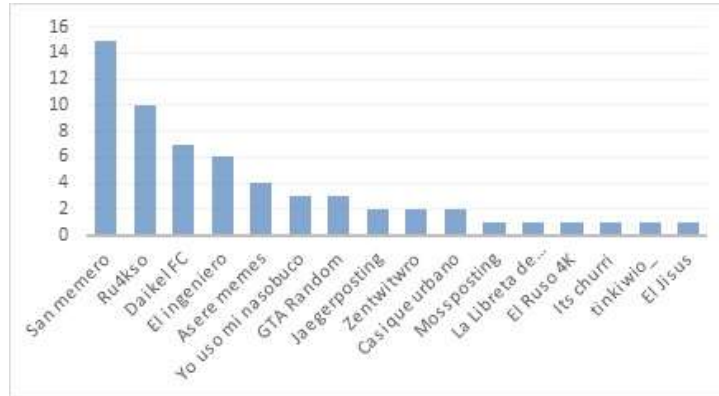


Figura 13. Memeros más conocidos.

**Relaciones intergrupales**

Estas respuestas resultaron contradictorias y no se cuenta con argumentos para comprenderlas. Refieren mayormente relaciones positivas cuando se trata de analizar al grupo en

general (relaciones entre memeros) (ver figura 13), pero negativas, analizadas desde la perspectiva individual (de ellos con otros memeros) (ver figura 14).

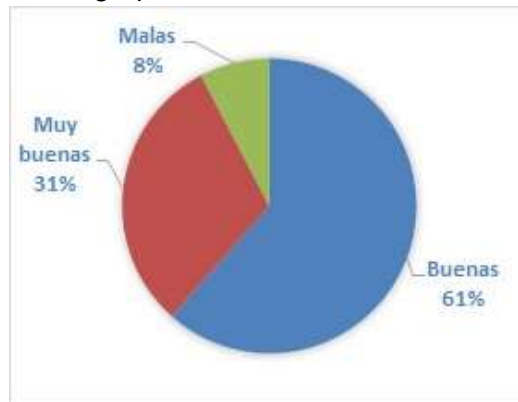


Figura 14. Relación entre memeros cubanos.

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado

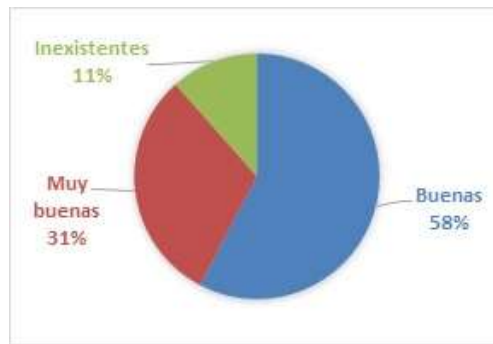


Figura 15. Relaciones entre memeros entrevistados con otros memeros.

**Sujetos y sus producciones. Memes**

Las respuestas con respecto a sus producciones como modo de participación política

revelan disimiles posturas: intencionalidad (13/26) negación (8/26), abstención (5/26)

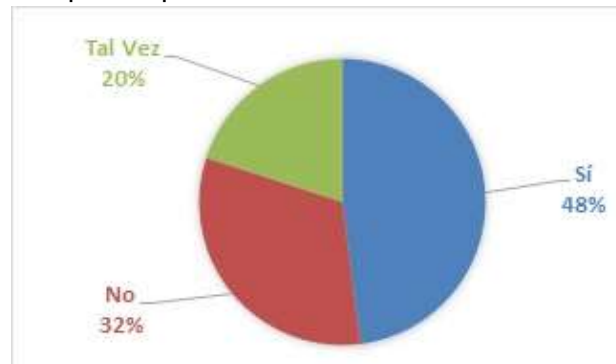


Figura 16. Participación política.

**Intencionalidad:**

*Me parece que el humor es una forma de señalar lo que está mal en la sociedad; El humor crítico desarrolla un papel importante, como todas las artes cumple una función comunicativa y desde mi perspectiva entra en el arte protesta; Porque ayuda a crear una matriz de opinión con respecto a un tema dado: El contenido que realizo refleja directa e indirectamente el presente del que vive la sociedad cubana, siempre llevado en un tono humorístico y ligero; Algo en que el seguidor se sienta reflejado y comparte; Porque así critico la realidad del país; Es una forma de alegrar la vida de las personas sin olvidar lo que está mal del*

*gobierno; Xq de ahí parte mi contenido, de los sucesos en esa vida; Porque es precisamente una forma de comunicar, en mi caso, el descontento con numerosos aspectos sociales y políticos; Es una forma de ser libre de pensamiento y expresión sin verdaderamente serlo; Porque muchos "memes" son una crítica social; Al tener una plataforma con alcance, es imposible estar ajeno; Porque hoy todos se comunican a través de los memes, es como un nuevo lenguaje porque cuando algo no está bien se dice y la gente entiende mejor un meme que lo demás.*

**Negación:**

*Buscan divertir a mis cercanos no cambiar la manera de pensar o actuar de una generación o grupo poblacional; De vez en cuando abordo ciertos temas al respecto, pero tampoco me gusta adentrarme demasiado en ese tema, ni en mi página, ni en esta encuesta; Porque no; Trato de relacionar mi cuenta lo menos que pueda con el contenido político para evitar polémicas; Porque es todo lo contrario; Yo vivo en mi burbuja aparte; No porque ¿que puede aportar un chiste a la vida sociopolítica del país? realmente nada; No entendí la pregunta.*

#### Abstención:

*Tampoco sé; Es que por un lado creo que no y por otro sí, por eso digo que no sé: No sé.*

En su generalidad, sin importar formatos, muestran avisos, logotipos, aforismos, burlas. En el periodo analizado, se constata la utilización de plantillas que tienen un pico de popularidad que luego desciende, puede ocurrir que quede olvidada o que se actualice.

Sus contenidos son variados, fundamentalmente enclavados en la realidad cubana, vinculándose con afirmaciones negativas y desesperanzadoras, así como con tendencias del momento populares en las redes (hashtags, palabras, canciones, personajes, etc). Los más

reiterados son: quejas compartidas en torno a una esfera determinada, en primer lugar, la emigración, y las carencias materiales del país, en segundo lugar, críticas a eventos sociopolíticos del momento, y en tercer lugar, problemas con la conectividad, el cambio de moneda, salario, características del cubano, el tiempo libre. El uso de estilos vulgares, malas palabras, es también reiterativo tal como propuestas con humor, ironía, simplicidad.

Los principales actores dentro de este formato son: el hombre común, los políticos, personajes de juegos.

A continuación, se muestran algunos para ilustrar. Nótese las coincidencias entre las producciones de los memeros en el mismo periodo de tiempo. Sin dudas, se colocan los memes como otro modo posible para debatir (y construir) la actualidad política.

El uso de las figuras políticas cubanas se corresponde con memeros cubanos que residen fuera del país. Entre las más frecuentes aparecen los presidentes del país en sus distintas etapas. Este dato también es interesante pues la permanente aparición de las figuras históricas da cuentas de su presencia en la cotidianidad cubana (ver figura 17).

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado



Figura 17. Ejemplos de memes.

En la entrevista algunos memeros especificaron que se socializaran los resultados, pero no se identificaron con sus nombres. Por otra parte, identificaron como desventaja posibles puniciones a partir de sus publicaciones políticas, sin embargo, en todos los casos que mostramos, los memes no son anónimos. Por ello, se defiende por las autoras la idea de que la creación de memes favorece el empoderamiento ciudadano.

En todos estos ejemplos se puede notar también la intertextualidad de sus discursos -que utiliza como mecanismos la copia, la parodia, la apropiación, el pastiche, distanciamiento irónico- en la medida en que se construyen y se desarrollan unos en relación unos con otros, se comunican con los memes a través de nuevos memes, se vinculan con la cultura popular (Milner, 2012; Shifman 2014).

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado



Figura 18. Ejemplos de memes.

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado

En investigaciones anteriores sobre identidades en redes digitales (Gamoneda, 2021; Pañellas & Toledo, 2023) los sujetos entrevistados explicitaban diferenciaciones entre mujeres y hombres, especialmente colocando a las primeras en roles de influencers de productos y servicios relacionados esencialmente con roles tradicionales de género, pero no en producción de contenido que supusiera elaboración y agudeza.

Especialmente por el hecho de contar con mujeres entre los sujetos de estudio (aunque solo fueran 3), se decidió detenerse en sus producciones para identificar si los contenidos variaban.

Se muestran algunos ejemplos. Si bien coinciden con los hombres en críticas al país, hay más contenidos relacionados con las relaciones de pareja (ver figura 19).



Figura 19. Ejemplos de memes realizados por mujeres.

## Conclusiones

Como en el estudio exploratorio que precedió a este (Pañellas & Toledo, 2023), se constata que los memeros se constituyen como un grupo identitario, con poca elaboración personal de esta identidad. La plataforma en la que cual se desarrollan condiciona su autocategorización. No obstante, no es una identidad "sólida", una de las razones puede ser el estilo de producción individual, incluso competitivo. Varios elementos evidencias sustentan esta afirmación: 1). La expresión de sus razones de pertenencia grupal expresan elaboración únicamente a partir de la subjetividad individual sin interdependencia grupal; 2). La significación que otorgan al grupo da cuentas de que este no genera atractivo hacia sus miembros. 3). El prototipo grupal no está compartido ni claramente identificado.

Distinguen ventajas y desventajas con respecto a otros roles de producción de contenido, este hecho, además del peso del número de seguidores, genera jerarquía a nivel intragrupal. Esta jerarquía, unida a la declaración contradictoria de relaciones armónicas entre memeros, sugiere competición grupal. En la identificación de memeros prototípicos, se mantienen, respecto a 2022, El Ruso, Yo uso mi nasobuco, el resto, ya no. Esto pudiera sugerir identidades temporales tal cual otras identidades sociales emergentes en las etapas adolescentes y de la juventud temprana.

Si bien los memeros no reconocen su intencionalidad política, hipotetizamos que: a) evaden asumir este rol por representaciones punitivas de asumir liderazgos políticos fuera de espacios institucionalizados; b) existe un prejuicio respecto a la palabra política que genera actitudes de rechazo; c) la conceptualización de política se limita a una concepción tradicional.

Aun así (o tal vez por ello) su elaboración argumental es pobre, y responde esencialmente a necesidades individuales de reconocimiento (compartidas, más no colectivas). Desde esta evidencia, su capacidad movilizadora, de liderazgo y transformación social estratégica, sólida, queda descartada.

Al analizar en el mismo periodo de tiempo, las producciones de los memeros entrevistados, coincidimos con Milner (2013b) cuando plantea que al referirse a los memes tomados de manera independiente, representan "historias parciales" con referencias limitadas a eventos o públicos; no obstante, cuando se analizan grupos de ellos, especialmente a lo largo del tiempo, ofrecen información valiosa sobre realidades sociales y políticas.

A pesar de ello, por todas las razones anteriormente mencionadas, no podemos considerar que sea un grupo con alta capacidad de influencia sobre sus miembros, por tanto, tampoco con capacidad movilizativa para realizar, colectivamente, alguna acción transformadora de las realidades que critican. En este sentido se puede agregar que el contenido de los memes muestra una burla a realidades diversas, solo en términos de contemplación, no de acción transformadora.

Sus efectos han de ser medidos especialmente relativos a sus receptores y seguidores, no obstante, dan cuenta de: 1) asumen los jóvenes un rol protagónico; 2) no son pasivos, ni apáticos; 3) su modo participativo se desarrolla con otros instrumentos y técnicas; 4) participación "desde abajo"; 5) generan participación una vez que sus memes se replican; 6) agudeza de sus productores para identificar situaciones de importancia para un grupo o grupos de personas; 6) expresión cultural criolla y global; 7) contenido

que dialoga y transgrede el código formal y legitimado desde instancias de poder legítimo constituyéndose así en una crítica social; 8) quebrantamiento público del poder simbólico oficial.

Se cuestiona desde la academia si son los memes promotores de una real cultura participativa o solamente un modo de catalizar tensiones sociales, los hallazgos investigativos dan cuenta de una y otra posibilidad. En el caso descrito, ambas posibilidades se expresan, y por ello, los memes son, sin dudas un excelente objeto de análisis social y pueden ser estratégicamente utilizados para influir políticamente, sobre diferentes audiencias.

### Notas sobre el estudio

Entre las limitaciones de este estudio se encuentran: 1). Acceso a memeros; 2). Entrevista realizada vía online que, aunque les fue enviada dada su aceptación de colaboración para el estudio, luego presentaron algunas resistencias y no fue posible contactarlos en 2da ocasión, ni realizar un grupo de discusión, tal cual el diseño inicial de la investigación; 3). Acceso a los memes producido por cada uno de los entrevistados, las publicaciones de algunos memeros se realizan en plataformas a las cuales no se tienen acceso como WhatsApp, por ser privada o Twitter (actualmente X), debido a no contar con una cuenta en esta red. 4). Un estudio más completo resultaría en articular a los memeros, sus producciones, la recepción de las mismas (tanto en significado para los receptores como su capacidad de replicación y/o viralidad).

### Referencias bibliográficas

Ask, K. (2018). My life is a mess: self deprecating relatability and collective identities in the memification of students issues. *Information, Communication & Society*, 21 (6), 834-850. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1437204>

- Cruz, I. G. (1992). *El choteo, de Fernando Ortiz*. (Libro inédito). Edición crítica.
- Egerly, S., Thorson, K. & Bighash, L. (2016). Posting about politics; Media as Resources for political expression on Facebook. *Journal of Information Technology and Politics*, 108-125. <https://doi.org/10.1080/19331681.2016.1160267>
- Gal, N., Shifman, L. & Kampf, Z. (2015). It gets better: Internet memes and the construction of collective identity. *New Media & Society*, 18 (8). <https://doi.org/10.1177/146144814568784>
- Gamoneda, L.(2021). Identidades sociales de influencers. Tesis de Diploma, Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.
- Literalt, I. & Gerth, S. (2017). Buy memes low, sell memes high: vernacular criticism and collective negotiations of value on reddit's meme economy. *Information, Communication & Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2017.1366540>
- Mañach, J. (2021). *Indagación del choteo*. Madrid: Editorial Verbum.
- Milner, R. M. (2012). *The World Made Meme: Discourse and Identity in participatory Media*. Dissertation. University of Kansas, USA. <https://kuscholarworks.ku.edu/handle/1808/10256>
- Milner, R. M. (2013a). FCJ-156 hacking the social: Internet memes, identity antagonism, and the logic of lulz. *The Fibreculture Journal*, 62-92. <https://twentytwo.fibreculturejournal.org/fcj-156-hacking-the-social-internet-memes-identity-antagonism-and-the-logic-of-lulz/>
- Milner, R. M. (2013b). Pop Polyvocality: Internet Memes, Public Participation, and the occupy Wall Street Movement. *International Journal of Communication*, 7, 2357-2390. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1949>

Daybel Pañellas Álvarez, Evelyn Rabí Isla, Amanda Rojas Delgado

- Milner, R. M. (2014). There's no place for lulz on lolcats: The role of genre, gender and group identity in the interpretation and enjoyment of an internet meme. *First Monday*, *19* (4). <https://doi.org/10.5210/fm.v19i8.5391>
- Mina, A. X. (2018). *Memes to Movements: How the World's Most Viral Media is Changing Social Protest and Power* Boston: Beacon Press. Boston: Beacon Press.
- Nagle, A. (2017). *Kill All Normies: Online Culture Wars from 4Chan and Tumblr to Trump and the Alt-right*. Londres: ZeroBooks.
- Nissenbaum, A. & Shifman, L. (2017). Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan. *New Media & Society*, *19* (4). <https://doi.org/10.1177/1461444815609313>
- Pañellas, D. & Toledo, C. (2023). Identidades y redes sociales. Los memeros. En *Identidades y diversidades de adolescentes y jóvenes. Revelaciones del contexto cubano actual*. La Habana: Instituto Cubano de Investigación Cultural "Juan Marinello".
- Rodríguez, G., García, E. & Gil-Flores, J. (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. España: Editorial Aljibe
- Ruiz Martínez, J. M. (2018). Una aproximación retórica a los memes de internet. *Signa*, *27*, 945-1021. <https://doi.org/10.5944/signa.vol27.2018.21856>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge University Press.
- Silvestri, L. E. (2018). Memeingful memories and the art of resistance. *New Media & Society*, *20* (11). <https://doi.org/10.1177/1461444818766092>
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Estudios de Psicología Social. Barcelona: Editorial Herder.
- Wasike, B. (2021). *Memes, memes, everywhere, nor any meme to Trust: Examining the Credibility and Persuasiveness of COVID-19-Related Memes* *Journal of computer-mediated communication*, *27* (2). <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab024>
- Wiggins, B. E. & Bowers, G. B. (2014). Memes as genre: A structural analysis of the meme scape. *New Media & Society*, *17* (11). <https://doi.org/10.1177/1461444814535194>

### Conflicto de intereses

Las autoras declaran que no existe conflicto de intereses.

### Contribución de los autores

Daybel Pañellas Álvarez: Conceptualización, metodología, supervisión, ideas para visualización redacción del artículo.

Evelyn Rabí Isla: Análisis formal, investigación, visualización, redacción borrador.

Amanda Rojas Delgado: Investigación, visualización, redacción-ajuste a normas.