

## **Memes de internet como reforzadores de identidades políticas: estudio de caso de la crisis sociopolítica boliviana de 2019**

### **Internet Memes as Reinforcers of Political Identities: Case Study of the Bolivian Sociopolitical Crisis of 2019**

---

---

#### NICOLÁS EWEL

Egresado de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana «San Pablo» Regional La Paz, actualmente está en los pasos finales de una tesis sobre los memes. Cuenta con un certificado académico en literatura americana y con estudios en filosofía. Participó en el Primer Congreso Regional de Filosofía en Cochabamba, Bolivia.

#### CARLO PIÉROLA

Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana «San Pablo» Regional La Paz, se ha especializado en investigar los memes y ha publicado dos artículos al respecto. Actualmente trabaja en un libro sobre el tema con un equipo de sociólogos latinoamericanos. Asimismo, se desempeñó como supervisor del Departamento de Estadística del Centro de Investigación Boliviano de Estudios Sociales y de Comunicación (CIBESSCOM).



---

## **Memes de internet como reforzadores de identidades políticas: estudio de caso de la crisis sociopolítica boliviana de 2019**

### **Internet Memes as Reinforcers of Political Identities: Case Study of the Bolivian Sociopolitical Crisis of 2019**

---

Nicolás Ewel y Carlo Piérola

La Paz, Bolivia

nicoewelclaros@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0001-5034-7086>)

luiscarlo.lc@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-4348-4717>)

Recibido: 31-05-2020 / Aceptado: 01-10-2020

<https://doi.org/10.18800/conexion.202002.003>

---

#### PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Meme, identidad política, Bolivia, crisis política / meme, political identity, Bolivia, political crisis

#### ABSTRACT

#### RESUMEN

La presente investigación describe los efectos que tuvieron los memes durante un periodo de la crisis política en Bolivia durante octubre/noviembre de 2019. Para cumplir con ello, se hizo una recopilación de memes políticos, entendidos como artefactos socioculturales pertenecientes a internet. Posteriormente, estos fueron desentrañados en dos grupos focales. A través de estos, se evidenció que los memes producidos y consumidos en dicho periodo reforzaron identidades políticas preexistentes. Además, sugerimos que existen estándares de calidad bajo los cuales son clasificados por los usuarios.

This research paper describes the effects that memes had during a period of the political crisis in Bolivia during October/November 2019. To this end, a compilation of political memes was made, understanding these as a socio-cultural artifact belonging to the Internet. These were subsequently unraveled in two focus groups. Through these, it was evidenced that memes produced and consumed at this time reinforced pre-existing political identities. Furthermore, we suggest that there are quality standards under which they are classified by users.

**Memes de internet como  
reforzadores de identidades  
políticas: estudio de caso de la crisis  
sociopolítica boliviana de 2019<sup>1</sup>**

El presente artículo describe cómo los memes producidos y consumidos durante la época de conflicto social en octubre y noviembre de 2019 en Bolivia reforzaron identidades políticas preexistentes. Evo Morales, presidente de Bolivia entre los años 2006 y 2019, mencionó a las redes sociales como una de las principales causas de su primera derrota electoral desde que ganó la presidencia: el referéndum constitucional del 21 de febrero de 2016. A través de este, Morales trató de modificar la Constitución boliviana para aprobar su reelección indefinida. La opción de no modificar la constitución ganó con 51 % de los votos (Lafuente, 2016).

Para hacer frente a la derrota que sufrió, Morales, junto con su partido, el Movimiento al Socialismo - Instrumento Político por la Soberanía de los Pueblos (MAS-IPSP), anunció el reclutamiento y la capacitación de «guerreros digitales» —o *ciberguerreros*—, que «aprendieron a hacer memes para hacer frente a la oposición» de cara a las elecciones de 2019 (Adair Pinto, como se citó en Fuentes, 2018, párr. 7), a las cuales pudo acceder gracias a la Sentencia Constitucional Plurinacional 0084/2017 (Tribunal Constitucional Plurinacional de Bolivia, Sala

Plena, 2017), que dictó la reelección indefinida para todas las autoridades, pese al resultado electoral del referéndum.

De esta manera se preparaba el escenario para otro evento electoral en Bolivia, en el que las redes sociales serían importantes tanto para el MAS-IPSP como para la oposición. Las semanas previas y posteriores a las elecciones del 20 de octubre de 2019 derivaron en una crisis política que, hasta el día en que se escribe este artículo, no tiene salida, pero el enfrentamiento, memes en mano, de los usuarios de internet en Bolivia puede arrojar luces sobre la crítica situación que atravesó el país. La presente investigación se pregunta sobre los efectos que tuvieron los memes en el ámbito político boliviano durante un periodo específico de la crisis mencionada.

En primer lugar, es necesario explicar brevemente cómo definimos el meme y ejemplificar sus posibles usos y repercusiones en la política. También contextualizamos el fenómeno en Bolivia y delimitamos el periodo específico abarcado por la investigación. En este contexto nacional, se identifican dos posturas opuestas respecto a la continuidad de Morales en la presidencia (Ewel, 2020); estas posturas están ligadas al concepto de *identidades políticas*, sobre el cual se profundiza. Posteriormente, recurrimos al modelo de codificación/decodificación de Stuart Hall, actualizado a la realidad digital,

---

<sup>1</sup>Este artículo surge a partir de la tesis de licenciatura de uno de los investigadores (Ewel, 2020) sobre un tema similar.

**Figura 1**  
*Dancing Baby*

para estudiar los efectos de la producción y el consumo de memes en el ámbito político. Finalmente, explicamos la metodología de grupos focales usada en la investigación y presentamos los resultados de su aplicación.

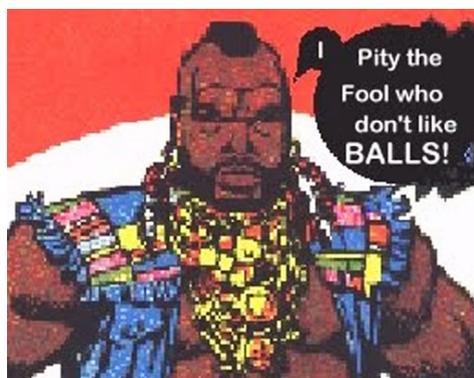
## Mememes

El concepto de *meme*, como es conocido en internet, es difícil de tratar y los debates en torno a su definición continúan al día de hoy (Ruiz Martínez, 2018). Esto se debe al origen dispar del término *meme* y el fenómeno del meme de internet, que es su significado cotidiano. Por un lado, la palabra *meme* aparece en el trabajo de Richard Dawkins, *El gen egoísta*, publicado en 1976, en el que se lo define como la unidad mínima cultural autorreplicable (Dawkins, 1976/2016). Por otro lado, el fenómeno del meme en internet se inicia, según algunos investigadores, en 1996 con *Mr. T Ate my Balls* [Mr. T se comió mis bolas] (Figura 2), una broma en línea surgida en la Universidad de Illinois, o con *Dancing Baby* [Bebé bailador] (Figura 1), un video de CGI<sup>2</sup> del mismo año (Cantrell, 2020).



*Nota.* Tomada de *A Brief History of the Dancing Baby Meme*, por S. Buhr, 15 de junio de 2014, TechCrunch (<https://techcrunch.com/gallery/a-brief-history-of-the-dancing-baby-meme/>).

**Figura 2**  
*Mr. T Ate my Balls*



*Nota.* Tomada de *The Story of «Ate my Balls», one of the First Internet Memes*, por The Ball Report, 17 de junio de 2015 (<http://theballreport.com/the-story-of-ate-my-balls-one-of-the-first-internet-memes/>).

<sup>2</sup> CGI son las siglas de *computer-generated imagery* [imágenes generadas por computadora].

El objetivo de este trabajo no es hallar una solución al debate sobre el concepto del meme en internet, por lo que buscamos una definición que, por un lado, se ajustara a nuestros objetivos investigativos y, al mismo tiempo, coincidiera con la realidad de su uso cotidiano en internet. Así, nos encontramos con una visión dual del meme: como artefacto social-cultural en internet y como género bajo la teoría de la estructuración de Anthony Giddens (Wiggins y Bowers, 2014)<sup>3</sup>.

La propuesta de Wiggins y Bowers es perfecta para nuestra investigación, primero porque ver este fenómeno como artefacto cultural nos da información acerca de la cultura que los crea y usa (Watts, 1981, como se citó en Wiggins y Bowers, 2014). Al verlo como artefacto social, este nos informa sobre el comportamiento social de los individuos que lo producen y consumen (Wartofsky, 1979, como se citó en Wiggins y Bowers, 2014). Esta visión nos permite evitar caer en la falsa dicotomía virtual/«real», pues coincide con la visión de Christine Hine (2015), quien sostiene que los artefactos en internet poseen una fisicalidad virtual —lo que genera efectos en los sujetos— (Wiggins y Bowers, 2014). Wiggins y Bowers afirman que internet es un espacio donde existe una cultura participativa digital. Esta es definida por Jenkins (2006/2009) como una cultura donde

existen pocas barreras para la creación y se incentiva el intercambio y la mentoría. Una muestra de la existencia de esta cultura son los memes, cuyas características, como la poca importancia de la autoría y la propiedad intelectual, cumplen con lo propuesto por estos autores.

La producción y el consumo de los memes provoca que estos se conviertan en un género. Como sugieren Bazerman y Russell, los artefactos producidos por los humanos, como los enunciados, los textos, o las palas o las sinfonías, no deben ser entendidos como objetos en sí mismos, sino dentro de las actividades que los crean y usan (2003, p. 1).

Al ver a los memes con este enfoque, se revela una interacción entre la agencia y la estructura que involucra el uso de reglas y recursos para la creación de contenido y el desarrollo del género, como lo propone Giddens (1984, como se citó en Wiggins y Bowers, 2014) en su teoría de la estructuración. Al existir estas reglas para la producción de memes, hay, por tanto, una forma de clasificar los memes bajo ciertos estándares de calidad propios de esta cultura participativa digital en la que aparecen. Según Winocur (2019), «normie se utiliza como etiqueta peyorativa para describir aquellos memes y personas pertenecientes a lo *mainstream* o a la cultu-

---

<sup>3</sup> Decidimos no usar la definición de Limor Shifman (2014), aunque sea una de las más corrientes, por dos razones: su concepto es tan amplio que abarca fenómenos de internet que los usuarios no califican como memes —véase su investigación sobre la tendencia «It gets better» (Gal *et al.*, 2016); en la entrada de Know Your Meme sobre este tema, los usuarios comentan que no es un meme (Know Your Meme, 2010)— y, en segundo lugar, el enfoque de Wiggins y Bowers se ajusta mejor a nuestra investigación.

ra convencional» (p. 15). En esa línea, se usa el concepto *meme normie* para aludir a un meme que únicamente «inexperienced mainstream peasants enjoy» [disfrutan inexpertos y ordinarios plebeyos] (*Urban Dictionary*, 2017). Por el contrario, un *meme dank* se refiere a un meme que es raro y no tiene mucho sentido, pero que, al mismo tiempo, es tan visto que se hace gracioso (Griffin, 2018). Por más que estas reglas y estándares de calidad no sean inamovibles dentro de la cultura de internet, nos sirven para comprender las reglas de este ámbito<sup>4</sup>. Así, podremos entender con qué base los usuarios en nuestros grupos focales juzgarán los memes políticos que se les presentan.

Lo que añade la visión de Wiggins y Bowers es esta doble estructuración entre los usuarios y el sistema, en la que la evolución de los memes como género es el resultado de esta relación que va modificando los estándares de calidad. Con esta comprensión de «internet como el sitio donde se realizan actividades» (Hine, 2015, como se citó en Piérola y Pocoaca Linares, 2018, p. 113) y los memes como un artefacto sociocultural perteneciente a este lugar, pasamos a describir un ejemplo de su capacidad en el ámbito político.

En el caso de las elecciones estadounidenses de 2016, los memes se utilizaron de forma casi militar, tanto así que, en los medios tradicionales y en la red, preva-

lece esta metáfora para hablar de ellos. En esta guerra de memes, los batallones de memes originados en 4chan y Reddit se adjudicaron haber derrotado a medios tradicionales y haber ganado la elección de Estados Unidos en 2016 para Donald Trump. Aunque estos grupos no sean en realidad tan influyentes, sí contribuyeron a crear una iconografía pro-Trump tan grande como la de Obama en las elecciones que ganó (Schreckinger, 2017).

Existen varios estudios que profundizan sobre la relación entre los memes y las elecciones estadounidenses de 2016 (Heikkilä, 2017; Heiskanen, 2017). Entre los resultados de estas investigaciones, se destaca que los memes apelan a las creencias preexistentes de los usuarios y proveen un vehículo para fortalecer la identificación con un grupo (Journell, 2016, p. 116), y que la idea de ganar la guerra de memes es importante para que el grupo que triunfe pueda afirmar que *memea* mejor que el contrario, como sucedió en las elecciones de Estados Unidos de 2016 (Ross y Rivers, 2017). Esto nos da un indicio de que los efectos de los memes tienen más relación con las comunidades digitales donde circulan que alcance con comunidades externas. Asimismo, revelan la capacidad de disputar discursos provenientes de medios tradicionales incluso si no tratan de política (Piérola y Pocoaca Linares, 2018).

<sup>4</sup>Para poner un ejemplo propio, varias páginas bolivianas de memes reunidas en un grupo de Facebook —Fraternidad d Shitposters 23 de Marzo— siempre realizan memes calificando los memes de los guerreros digitales del MAS-IPSP y a los mismos guerreros como *normies*.

## **Memes y política boliviana**

En el contexto boliviano, como se mencionó anteriormente, la importancia de las redes sociales para la política empieza a hacerse visible luego de que Evo Morales las acusa de haber influido en su derrota electoral. Menos de dos meses más tarde, el 14 de abril de 2016, el Decreto Supremo 2731 crea la Dirección General de Redes Sociales, dependiente del Ministerio de Comunicación (*Opinión*, 2016).

Zegada Claire y Guardia Crespo (2018) realizaron un estudio en Bolivia que relaciona los memes con la política. En las conclusiones, respecto a páginas de Facebook de memes, hablan de «lugares» de producción discursiva y cómo «en algunos casos, se adscriben crudamente a posiciones políticas cerradas a favor del gobierno o en contra» (p. 224). Las redes sociales ofrecen el espacio necesario para tener incidencia política, pero también proponen un nuevo lenguaje a través del cual se pueden expresar —o configurar— discursos políticos que luego son socializados. De esta manera, los memes ofrecen una nueva forma de confrontación política; son «armas sutiles pero contundentes» usadas para difamar, apoyar una causa o un candidato o polemizar (Zegada Claire y Guardia Crespo, 2018, p. 225).

Estas nuevas armas se utilizaron en gran medida en la crisis política boliviana de 2019. El periodo que estudiamos está comprendido entre el 4 de octubre de 2019 y el 12 de noviembre del mismo año. El 4 de

octubre, hay un masivo cabildo en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra en el que se determina «rebeldía y desobediencia ante un posible fraude [electoral]» (Vavizacli-Tv, 2019); el 12 de noviembre, dos días luego de la renuncia del entonces presidente Morales, junto a todas las autoridades de su partido, la senadora opositora, Jeanine Áñez, tras un vacío constitucional, asume la presidencia del país.

Los memes creados y consumidos durante la etapa especificada se generaron desde las dos posturas antagónicas sobre la continuidad de Morales. Estas dos posturas fueron agrupadas como identidades políticas sobre la base de la teoría de identificación social.

### ***Identidades políticas en Bolivia***

La política y la identidad han sido abordadas desde varias teorías, principalmente desde la psicología social. En nuestro caso, entendemos la identidad política como la adscripción a un partido político —MAS-IPSP o la oposición—. Esta puede producirse por varios motivos. Según Huddy (2003/2013), las identidades sociales como raza, etnicidad, religión, género y otras características pueden generar cohesión política. Tomando en cuenta la realidad boliviana, la identificación o no con una identidad indígena es el mayor determinante del voto y la adscripción política desde el voto universal (Loayza Bueno, 2004/2010). Actualmente, los primeros votan por el MAS-IPSP y los segundos por la oposición (Loayza Bueno,

2004/2010). Este dato nos lleva a adoptar la teoría de la identificación social, la cual afirma que existe una extensión de la identidad social a la identidad política (Huddy, 2001), para explicar las identidades políticas en Bolivia.

Esta teoría toma en cuenta el grupo psicológico —es decir, aquel con el que el individuo se transforma mediante una identificación social compartida en la interacción— como una fuerza determinante de comportamiento sociopolítico y no simplemente como categorías demográficas (Oakes, 2002). Las investigaciones de Loayza sobre la política boliviana confirman una separación de estos grupos psicológicos no solo en la autoidentificación étnica, sino en toda la interacción pública rutinaria (Loayza Bueno, 2019). A continuación, pasamos a describir las dos identidades políticas propuestas en este estudio.

### **MAS-IPSP**

El MAS-IPSP nace con el objetivo de irrumpir en la política boliviana defendiendo los intereses de los indígenas en Bolivia, una meta propuesta por el Pacto de Unidad en 1994 (Zuazo, 2009), lo cual crea esta extensión de una identidad social —la autoidentificación étnica— con un instrumento político.

La conformación de este partido en torno a su líder, Evo Morales, se configuró según una lógica populista (Ewel, 2020). La lógica populista, en la teoría de Ernesto

Laclau, es entendida como una «lógica de formación de identidades colectivas» (Laclau, 2005, p. 1). El populismo es, en esencia, «un modo de construir lo político» (Laclau, 2005, p. 11); es una lógica de configuración de identidades y no una expresión de un tipo específico de identidad —como ser los indígenas, los agricultores, los obreros, los de izquierda, los de derecha, etcétera—.

El populismo construye una «identidad popular generada por las exclusiones sociales que el sistema produce en su propia configuración» (Retamozo, 2006, p. 255). En un principio, las exclusiones sociales producidas por el poder hegemónico existen separadas unas de otras y se mantienen así cuando ingresan a la esfera del poder hegemónico o son resueltas por este. Sin embargo, cuando las exclusiones no son resueltas, empiezan a ceder su particularidad y se destaca, más bien, lo que todas tienen en común —la propia exclusión—, y se unen en torno a esta equivalencia. Laclau (2005) llama a este proceso *la cadena de equivalencias*. En el caso boliviano, el MAS-IPSP es el resultado de una cadena de equivalencias de movimientos sociales, campesinos, indígenas originarios, obreros y otros sectores sociales basados en una exclusión histórica por parte del Estado boliviano (Ewel, 2020).

## Oposición

Aunque todavía no hay una investigación sobre la identidad del grupo político que derrocó a Evo Morales el año pasado, sí hay trabajos sobre un movimiento predecesor, que apareció durante el referéndum del 21 de febrero de 2016, llamado 21F (Carballo, 2018). Según la investigación «Los jóvenes del 21F», «la base de identidad racial internalizada de los jóvenes de la élite tradicional paceña motivó su participación en espacios políticos» (Laguna, 2018)<sup>5</sup>.

Aparte de la tensión racial y de clase con Morales, también expresaban aparentes preocupaciones respecto al respeto a la Constitución asumiendo una defensa de «la democracia» entendida como institucionalidad (Laguna, 2018). Esto parte de la formación de una cultura política común (Jary y Jary, 1991/2000), que, situada históricamente, marca el inicio de un movimiento político más articulado contra Morales y —aplicando esto a los memes— un marco de referencia en el que se genere contenido —incluidos los memes— desde y para este grupo.

Para describir los efectos que tuvieron la producción y el consumo de memes en los internautas bolivianos en la más reciente crisis política, de acuerdo con la definición de meme que se planteó, y tomando en cuenta las identidades políticas re-

cientemente descritas, es de gran utilidad recurrir al modelo de codificación/decodificación de Stuart Hall, actualizado al contexto del meme. Recuperar ciertas categorías será provechoso para esta investigación.

### Codificación/decodificación: memes como discurso significativo

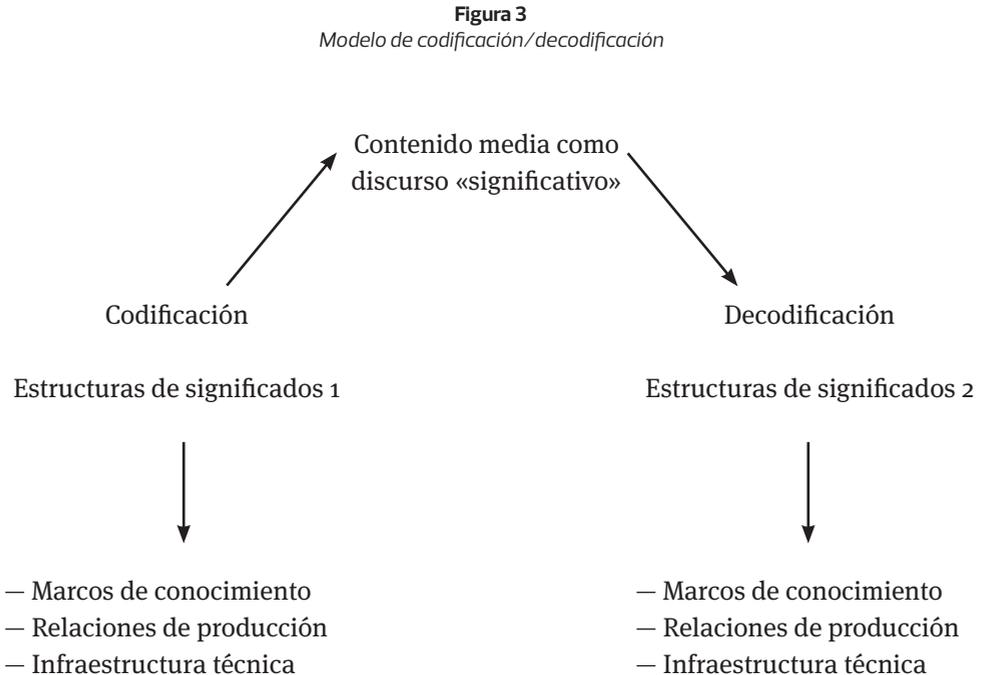
Nowak (2016), quien también entiende el meme como artefacto cultural y social, sugiere que sobre los memes se inscriben una multiplicidad de textos —o sentidos—, que hacen de estos un tipo de contenido *media* específico de internet, lo que, en términos de Stuart Hall, sería un *discurso significativo* del meme. Esto significa «tomar en cuenta tanto la economía política de los medios como las preferencias individuales de las personas con su contexto social/político/económico» (Nowak, 2016, p. 80).

Stuart Hall (1993/1999) propone el modelo teórico del programa televisivo como discurso significativo, o el modelo de codificación/decodificación, como alternativa del enfoque aceptado hasta entonces en los estudios sobre los *mass media* —emisor → mensaje → receptor—. El modelo propuesto por Hall revolucionó los estudios mediáticos, al combinar el análisis de transmisión de contenido *media* con la investigación de factores sistemáticos que influyen sobre la producción y el consu-

<sup>5</sup>Por ejemplo, 0 % de los jóvenes activistas se identificaban con un pueblo indígena, mientras que el 95.2 % consideraba que la nueva Constitución Política del Estado beneficia a los indígenas. Asimismo, se documentó una identificación con la clase acaudalada (Laguna, 2018).

mo mismo del contenido (Nowak, 2016). Hall toma como momentos diferenciados y decisivos la codificación y decodificación del contenido *media* como discurso

significativo. Ambos momentos dependen de las estructuras de significados de quien codifica/decodifica (Figura 3).



Nota. Traducida de «Encoding, Decoding», por S. Hall, 1993/1999, en S. During (Ed.), *The Cultural Studies Reader*, p. 510. Routledge.

El proceso comunicacional del contenido *media*, en el modelo de Hall, sucede gracias a la articulación de prácticas conectadas, cada una de las cuales, sin embargo, conserva su carácter distintivo y tiene su propia modalidad específica, sus propias formas y condiciones de existencia (Hall, 1993/1999, p. 508). Esta

articulación de prácticas empieza con la *producción* del contenido *media*, la construcción de un mensaje, que se da a partir de ciertas estructuras de significado, en un vehículo de signos organizados dentro de la cadena sintagmática de un discurso (Hall, 1993/1999, p. 508). En este mismo formato de vehículo, ocurre la *circulación*

del producto o mensaje; esta segunda práctica también depende de las infraestructuras técnicas, los marcos de conocimiento y las relaciones de producción de quien codifica. El *consumo* se produce cuando el vehículo de signos —o programa, o meme— llega al receptor, quien lo entiende como un discurso significativo e interpreta los signos inscritos sobre él a partir de sus propias estructuras de significados. Finalmente, se realiza la *reproducción* del mensaje cuando el receptor ha interpretado y asimilado el mensaje para introducirlo en las estructuras sociales. Como se puede intuir, lo que se reproduce son los códigos decodificados, y no los codificados (Hall, 1993/1999). Esto permite a Hall explicar que el grado de simetría o asimetría entre las estructuras de significados de quien codifica y de quien decodifica determina qué tan efectiva es la transmisión del mensaje.

Hall identifica dos tipos de códigos que existen en el contenido *media* que se ven afectados por el nivel de simetría/asimetría entre las estructuras de significados de ambas partes. Los códigos denotativos son aquellos signos que tienen un sentido «literal» aceptado entre comunidades que comparten un mismo lenguaje. Los códigos connotativos son aquellos que surgen por asociación entre la multiplicidad de signos inscritos sobre el meme y que no son explícitos o que no están totalmente naturalizados —como en el nivel

denotativo—. Es necesario recalcar que, para que haya tal cosa como un discurso significativo, los códigos denotativos que se codifican sobre el mensaje deben ser comprensibles por quien vaya a decodificar<sup>6</sup>. Los códigos connotativos contienen una mayor carga ideológica. En este nivel, se encuentran la mayoría de distorsiones del mensaje o —lo que es lo mismo— fallas en el proceso comunicativo, si el fin de aquel es que se decodifique y reproduzca el mismo mensaje que se codificó. Para hacer evidente este punto, Hall propone tres posiciones de decodificación que se puede tener respecto al contenido *media* como un discurso significativo.

Estas posturas son (1) la dominante-hegemónica, (2) la negociada y (3) la oposicional. La primera postura ocurre cuando la persona que decodifica el mensaje comprende y comparte los códigos connotativos con los que se codificó. Es, desde la perspectiva de quien codifica, la forma ideal en que debería darse el proceso comunicacional de contenido *media*: el mensaje codificado se reproduce tal cual fue intencionado. La segunda posición acepta los códigos connotativos como legítimos, aunque los altera al reproducirlos de acuerdo con sus propias reglas o situaciones. Finalmente, la postura oposicional también comprende a la perfección los códigos connotativos inscritos sobre el contenido *media*, pero, debido a una postura ideológica contraria, al mo-

---

<sup>6</sup> Si un hispanoparlante ve un noticiero en ruso sin hablar dicho idioma, los códigos denotativos no serían compartidos, por lo que el contenido *media* no llega a ser un discurso significativo que se pueda decodificar al final del proceso y del que se puedan inferir códigos connotativos.

mento de reproducir el mensaje lo invierte para que encaje con su propia postura:

This is the case of the viewer who listens to a debate on the need to limit wages, but «reads» every mention of the «national interest» as «class interest». He or she is operating with what we must call an *oppositional code* [Este es el caso del espectador que escucha un debate sobre la necesidad de limitar los salarios, pero «lee» cada mención del «interés nacional» como «interés de clase». Él o ella está operando con lo que debemos llamar un *código de oposición*] (Hall, 1993/1999, p. 517).

Stuart Hall no llegó a conocer los memes; por ello, es necesario hacer algunas actualizaciones a este modelo para poder utilizarlo en el contexto digital. Como se señaló anteriormente, los memes son un ejemplo de cultura participativa digital, que se evidencia en la pérdida de autoría, elemento identificado también por Nowak (2016). Esto necesariamente implica un cambio en la codificación como la concibe Hall. En el caso de la televisión, la producción del mensaje siempre se codifica desde la postura hegemónica, ya que los instrumentos necesarios para producir mensajes televisivos se encuentran en manos de los medios. La infraestructura técnica necesaria para producir memes es más accesible que la requerida para hacer

programas de televisión; esto ocasiona que se puedan crear memes desde otras relaciones de producción y a partir de diversos marcos de conocimiento, lo que genera que la codificación de los mensajes ya no sea únicamente la hegemónica. Los memes también se pueden codificar desde posturas negociadas u opositivas. Las posiciones de codificación y decodificación, y las posibles combinaciones de estas, muestran las distintas relaciones que puede haber entre codificador y decodificador al participar en la creación y el consumo de memes (Tabla 1).

**Tabla 1**

*Cruce de posturas de codificación/decodificación del meme como discurso significativo*

		DECODIFICACIÓN		
		Dominante	Negociada	Oposicional
C O D I F I C A C I Ó N	Dominante	Aceptación dominante del meme dominante	Aceptación negociada del meme dominante	Rechazo del meme dominante
	Negociada	Aceptación dominante del meme negociado	Aceptación negociada del meme negociado	Rechazo del meme negociado
	Oposicional	Rechazo del meme oposicional	Aceptación negociada del meme oposicional	Aceptación del meme oposicional

*Nota.* Tabla propuesta con base en «Encoding, Decoding», por S. Hall, 1993/1999, en S. During (Ed.), *The Cultural Studies Reader*, Routledge; y en «Internet Meme as Meaningful Discourse: Towards a Theory of Multiparticipant Popular Online Content», por J. Nowak, 2016, *Central European Journal of Communication*, 9(1/16), 73-89 ([https://doi.org/10.19195/1899-5101.9.1\(16\).5](https://doi.org/10.19195/1899-5101.9.1(16).5)).

### **Marco metodológico**

La metodología utilizada para esta investigación se desarrolló en tres pasos. El primero fue la selección y clasificación de memes. El siguiente consistió en realizar dos grupos focales divididos por su identidad política: el primero, conformado por personas que apoyaran el partido de Evo Morales; el segundo, por aquellos que respaldaran a sus rivales políticos. En última instancia, se interpretaron los datos recogidos de ambos grupos mediante las categorías resultantes de la teoría de Hall (1993/1999) actualizada a los memes.

### **Selección de memes**

En primer lugar, se recopilaron 130 memes de Facebook entre el 4 de octubre y el 12 de noviembre de 2019. Se utilizó como fuente Facebook por ser la red social más usada para memes en Bolivia (Piérola y Pocoaca Linares, 2018).

Para este fin, se revisaron 50 páginas y grupos donde se compartieran memes: 25 a favor de Evo Morales / MAS y 25 en contra. De estos 25, 20 serían explícitamente partidarios y tendrían una línea de memes exclusivamente políticos, mientras que los 5 restantes tendrían una va-

riedad de temas sobre los cuales sacaban memes, pero eventualmente alguno político en relación con las elecciones, la crisis, etcétera. Decidimos usar este tipo de fuentes para poder recopilar memes que entraran dentro de la categoría de codificación negociada.

El tipo de muestreo fue aleatorio; es decir, todos los memes que presentaron la temática de la investigación tuvieron la misma probabilidad de ser elegidos y todas las muestras del mismo tamaño fueron igualmente probables (Hernández Sampieri *et al.*, 1991/2014). Los 130 memes fueron resultado de un sorteo de  $n$  números, múltiplos de 10, entre 50 y 200. Se eligió este tipo de muestreo por dos razones: primero, al estudiar los memes en relación con su ambiente y los usuarios que los comparten, consumen y producen, una cantidad demasiado grande habría dificultado su aplicación en el grupo focal; y, en segundo lugar, al no estudiar la semiótica de los memes seleccionados, era importante limitar el número de muestras.

Una vez archivados, clasificamos los memes según su codificación con respecto al grupo focal al que se le mostrarían los memes. Esto es, para el grupo pro Evo Morales se clasificaron los memes a favor de esta propuesta política como codificación dominante-hegemónica y de manera inversa para el grupo en contra; los memes que presentaban un nivel de ironía tal que hiciera dudar de sus significados y sentidos eran clasificados como codificación negociada para ambos grupos, mien-

tras que aquellos en contra de la posición política del grupo focal correspondiente fueron clasificados como codificación oposicional.

### **Grupos focales**

Se escogieron 24 memes sobre la base del ratio de codificación dominante, negociada y oposicional de la base de datos de la selección de 130 memes explicada anteriormente. Se realizaron dos grupos focales con gente de cada identidad política mencionada. Los participantes en un grupo focal no responden a un muestreo estadístico, sino a uno estructural; en la discusión, se busca determinar «una estructura de sentido compartida» entre los participantes (Martínez Miguélez, 2004, p. 63).

La selección de participantes se delimitó por género, edad y clase social, las variables más significativas (Martínez Miguélez, 2004). En ambos casos, los participantes fueron hombres y mujeres de 19 a 35 años con acceso a internet y dispositivos móviles o computadoras en La Paz. Se buscó mantener una participación equitativa de hombres y mujeres; el rango de edad se delimitó generacionalmente, pues se considera que personas mayores de 35 años no están tan acostumbradas a las reglas del género meme. Para su participación en los grupos focales, se buscó confirmación verbal de ser afín o contrario al Gobierno de Morales. Todos los participantes solicitaron mantener el anonimato.

El primer grupo focal se llevó a cabo con gente afín al MAS-IPSP. Se realizó a mediodía en la residencia de uno de los investigadores el miércoles 19 de febrero de 2020. El segundo grupo focal tuvo complicaciones en su planificación debido a la pandemia de la COVID-19, pero, finalmente, se reunió el lunes 20 de abril a las 19:00 h por medio de la plataforma de videoconferencias Zoom.

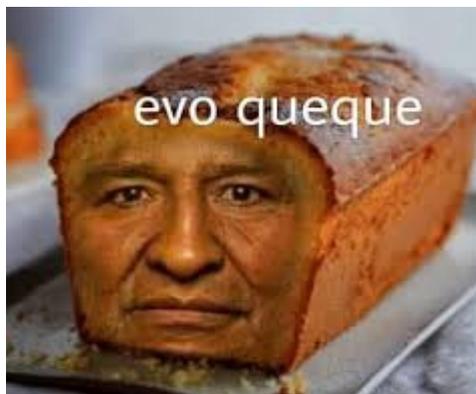
Ambos grupos focales tuvieron el mismo formato. Se mostraron los memes y se socializó cada uno, desentrañando los mensajes denotativos y connotativos de cada uno de ellos, y la posibilidad y el nivel de interacción que los participantes podrían tener con estos en Facebook.

### Interpretación de datos

Durante la selección de memes, observamos una clara diferencia entre los marcos de conocimiento, las relaciones de producción y la infraestructura técnica entre los memes producidos por ambos bandos. Por parte de los memes a favor del MAS-IPSP, se utilizaban formatos y estilos de memes considerados antiguos: por ejemplo, emplear tipografía Impact color blanca con borde negro grueso e imágenes macro (Shifman, 2014). Este tipo de estética fue bastante popular en 2012; sin embargo, actualmente es considerado como pasado de moda o sobreexplotado —*normie*— en comparación con nuevos memes más a la moda, que, a veces, fueron calificados como *dank* durante 2017-2018 (Griffin, 2018).

Ambos grupos focales coincidían en que los memes del MAS-IPSP tenían las deficiencias mencionadas, lo cual se corresponde con el enfoque de Wiggins y Bowers (2014) respecto a la existencia de reglas y estándares de calidad dentro de la comunidad internauta que consume memes. Por ejemplo, los memes *deep fried* (Know Your Meme, 2017) aparecían más dentro de los contenidos contrarios al MAS-IPSP. Esta técnica exige conocimiento de herramientas de edición de fotografía, como Photoshop o similares, pero, al mismo tiempo, requiere conocer cuándo esta estética está de moda (Figura 4).

Figura 4  
Evo queque



Nota. Tomada del grupo de Facebook Fraternidad d Shitposters 23 de Marzo. Recuperada el 17 de octubre de 2019 (<https://www.facebook.com/groups/393306984573099/>). Base de datos disponible en <https://bit.ly/3lak0yf>.

La infraestructura técnica, pero, sobre todo, los marcos de conocimiento, evidencian las diferencias en estilo y mensaje de los memes observados por el usuario, mientras que las reglas del meme

como género explican cómo se percibe la calidad de los memes producidos por ambos grupos. Durante el referéndum de 2016, las redes estuvieron dominadas por la oposición a Morales, como él mismo admitió (Fuentes, 2018). Sin embargo, a pesar de entrenar a los ciberguerreros y equilibrar la infraestructura técnica, no se niveló el marco de conocimiento, puesto que los memes son también un fenómeno global y regional que, aunque recoge características del contexto más cercano, es un «idioma» universal.

Las páginas de memes contrarias a Morales crearon un grupo en Facebook llamado *Fraternidad d Shitposters 23 de Marzo*. Como reglas explícitas, el grupo exige no ser del MAS-IPSP y no publicar nada relativo a este partido, ni siquiera como *shitpost*, es decir, un post de «tan mala calidad» que es gracioso (Fraternidad d Shitposters 23 de Marzo, 2019). De igual manera, hay reglas similares en el caso de grupos pro-MAS, aunque no existen grupos dedicados exclusivamente a los memes. Esto marcaría una separación de grupos en los que no hay polivocalidad (Milner, 2013), por lo que se polarizan identidades (Ewel, 2020).

### **Grupo focal afín al MAS-IPSP**

Las reacciones más comunes en este grupo focal fueron las de aceptación y negociación de memes de codificación dominante-hegemónica. La negociación respecto a ellos se basó en la línea pro-

pagandística y no en la humorística de la mayoría de estos memes. «Ahí tienen a nuestros “guerreros digitales”», dijo un participante sarcásticamente al ver uno de ellos. Todos rieron, coincidiendo en que los memes de su partido no eran graciosos o estaban pasados de moda (Figura 5).

**Figura 5**

*Como no voy a votar por ti*



*Nota.* Tomada del grupo de Facebook *Evo Morales 20 - 25*. Recuperada el 16 de octubre de 2019 (<https://www.facebook.com/groups/1998445910413344>). Base de datos disponible en <https://bit.ly/3lak0yf>.

Vale notar que los memes de codificación negociada eran menos que los de codificación dominante u oposicional. Una decodificación negociada se evidenció en la evaluación no del contenido político o ideológico del meme, sino de su actualidad respecto a las reglas vigentes de internet. Por ejemplo, sobre un meme con una plantilla de *Los Simpson* (Figura 6),

una participante dijo que «es medio ingenioso, ¿no?, pero está más actualizado con el humor». Los otros participantes asintieron, aunque uno mencionó que «los memes sobre *Los Simpson* son los más fáciles de producir».

**Figura 6**

*Me llamo Evo y me han hecho golpe de Estado*



*Nota.* Tomada de la página de Facebook Memenoticias Bolivia. Recuperada el 12 de noviembre de 2019 (<https://www.facebook.com/memenoticiasbolivia>). Base de datos disponible en <https://bit.ly/3lak0yf>.

La última categoría de memes, la de codificación oposicional, fue negociada por su contenido irónico o, con mayor frecuencia, rechazada. En muchas ocasio-

nes, los memes fueron descalificados por ser discriminatorios (Figura 7). Una de las participantes, sintiéndose aludida por su identidad aymara, habló de la molestia generalizada causada por el «contenido racista y discriminatorio que vemos todos los días [en memes]». Contó la historia de su madre, quien con mucho orgullo volvió a utilizar la pollera como vestimenta cotidiana tras la llegada de Morales a la presidencia.

**Figura 7**

*En que se parece Evo y el Fernet*

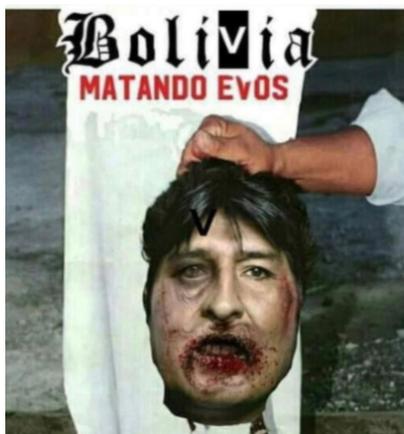


*Nota.* Recuperada de Facebook el 24 de octubre de 2019. Base de datos disponible en <https://bit.ly/3lak0yf>.

### Grupo focal opositor

La respuesta más común a lo largo del segundo grupo fue la aceptación del meme hegemónico. La mayoría de memes que expresan la misma identidad política fueron aceptados por los participantes sin ningún problema, incluso aquellos identificados como memes racistas por el otro grupo, salvo pocas excepciones. Algunos memes de codificación dominante-hegemónica fueron negociados por falta del tinte humorístico o irónico al que sus marcos de referencia e infraestructura técnica los tienen acostumbrados. En una sola ocasión, hubo rechazo al meme de codificación dominante-hegemónico; esto se debió a que el meme específico (Figura 8) «incita a la violencia, muy jodido», dijo una participante indignada.

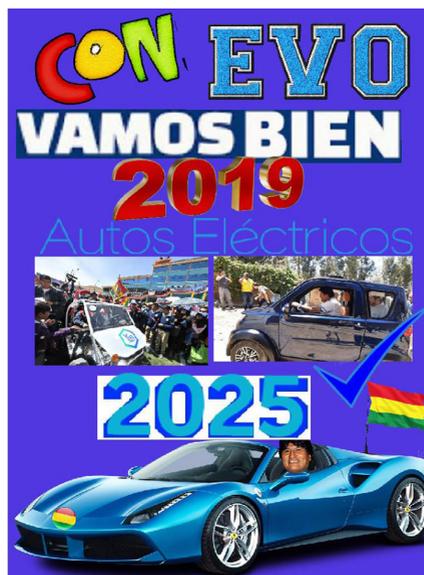
Figura 8  
Bolivia matando Evos



Nota. Recuperada de Facebook el 11 de noviembre de 2019. Base de datos disponible en <https://bit.ly/3lak0yf>.

A pesar de ser menos comunes en la base de datos, los memes de codificación negociada fueron aceptados o negociados. La charla alrededor de estos memes se centró más en los elementos irónicos o humorísticos de ellos, y la identidad política que expresa pasó a un segundo plano o incluso se hizo incierta. Respecto a un meme de codificación negociada (Figura 9), uno de los participantes sostuvo, riéndose, que «no sé si realmente lo hizo alguien de “oposición” de ese momento para hacerse la burla, o si realmente son masistas para hacerle propaganda al Evo... No tengo idea cuál ha sido el objetivo de este meme».

Figura 9  
Con Evo vamos bien



Nota. Recuperada de Facebook el 13 de octubre de 2019. Base de datos disponible en <https://bit.ly/3lak0yf>.

Finalmente, los memes de codificación oposicionales a su identidad política casi siempre fueron rechazados. Con algunas excepciones, la mayoría argumentaban el carácter propagandístico, hasta institucional, de gran parte de los memes afines al MAS-IPSP. Este estilo de memes apunta a la diferencia en las relaciones de producción de los bandos. Sin embargo, para los participantes de este grupo focal, esto se traduce en que los memes de codificación oposicional «mienten». La Figura 10 muestra un meme de codificación oposicional que, según uno de los participantes, «está basado en una mentira». En el meme, «el pueblo ordena» a Morales que se quede en el poder. Esto hace que los participantes opositores al MAS-IPSP se pregunten quién es el pueblo, argumentando que el meme limita el pueblo a quienes apoyan el Gobierno de Morales. «Toda la gente que está contra el Evo no es pueblo. Entonces, ¿qué somos?» o «Es un meme bien agitador. Marca el mensaje muy claro: hay un pueblo y un no pueblo» fueron algunas intervenciones que revelan las tensiones por la identidad del grupo social y político al que pertenecen.

Figura 10

*Evo se queda porque su pueblo le ordena*



*Nota.* Recuperada de Facebook el 19 de octubre de 2019. Base de datos disponible en <https://bit.ly/3lak0yf>.

## Conclusiones

En esta investigación, hemos constatado que los memes, más que convencer a las personas de cambiar de identidad política, refuerzan identidades grupales. Esto ocurre porque referencian la identidad social de su grupo psicológico: autoidentificación étnica, clase social y valores de una cultura política común. La calidad de memes que produce un grupo depende de la cultura *memera* global y regional; esta constituye los marcos de conocimiento y dicta cuándo un meme está de moda o no. Estas reglas del meme como género trascienden los grupos políticos y son la base a la hora de juzgar la calidad de

un meme, conclusión que puede aportar a futuras investigaciones sobre cómo se crean y modifican estas dinámicas dentro de internet.

En el caso boliviano, vemos cómo la etnicidad juega un rol importante, en primer lugar, para generar un sentido de pertenencia de grupo y, en segundo lugar, para ignorar el meme del otro. En el sentido de la cultura política, vemos una polarización en la que un grupo no desea ver los memes del otro, lo que impide un espacio digital polivocal donde existan memes de ambos bandos. En su lugar, los grupos de *memeros* opuestos buscan crear comunidades en las que no aparezca el contrario y solo haya una codificación hegemónica, y en las que se acepte ocasionalmente una codificación negociada.

Hasta este punto, las conclusiones muestran una correspondencia con otros estudios sobre la realidad boliviana respecto a la polarización política (Ewel, 2020) y su relación con la etnicidad, ya sea en espacios públicos (Loayza Bueno, 2019), en discotecas (Oviedo, 2019) o, incluso, en migrantes (Pérez, 2019). Sobre el fenómeno del meme como tal, se pueden sugerir algunos nuevos elementos que tendrán que ser investigados con mayor profundidad en otros estudios:

- 1) Existen normas y reglas dentro de la comunidad memera de internet para definir la calidad de la producción de un grupo o usuario. Estas reglas dependen de la

interacción entre los individuos —usuarios— y la estructura digital en la que se desenvuelven, primero a nivel global y luego regional.

- 2) La calidad de los memes depende, en primer lugar, de los marcos de referencia de conocimiento y, en segundo lugar, de la infraestructura técnica disponible en el momento de codificarlos.
- 3) En el caso de los memes políticos, los más irónicos, cuyo sentido sea difícil de definir —codificación negociada—, son los que causan más risas y alcanzan mayor público, pues trascienden varias identidades políticas opuestas en la red. Para estudios posteriores, será importante ver la ironía como un recurso clave para el meme y para definir su calidad, y determinar si se puede ampliar a otro tipo de memes.

Los memes son un recurso discursivo muy utilizado en la política, pero no cambian las inclinaciones de las personas, sino que las refuerzan. Aun así, el meme político a veces sacrifica su alcance y éxito, que dependen de la ironía para llegar a una mayor cantidad de usuarios, y, en su lugar, refuerza la identidad y cultura política de un grupo determinado.

## REFERENCIAS

- Bazerman, C. y Russell, D. R. (Eds.). (2003). *Writing selves/writing societies: Research from activity perspectives*. The WAC Clearinghouse. <https://doi.org/10.37514/PER-B.2003.2317>
- Buhr, S. (2014, 15 de junio). *A brief history of the dancing baby meme*. TechCrunch. <https://techcrunch.com/gallery/a-brief-history-of-the-dancing-baby-meme/>
- Cantrell, A. (2020, 22 de enero). *The oldest memes on the Internet*. Grunge. <https://www.grunge.com/184711/the-oldest-memes-on-the-internet/>
- Carballo, M. (2018, 3 de diciembre). Movimiento 21F avanza hacia La Paz y anuncia huelga de hambre. *Página Siete*. <https://www.paginasiete.bo/nacional/2018/12/3/movimiento-21f-avanza-hacia-la-paz-anuncia-huelga-de-hambre-201980.html>
- Dawkins, R. (2016). *The selfish gene* (ed. 40.<sup>a</sup> aniversario). Oxford University Press. (Trabajo original publicado en 1976)
- Evo Morales 20 - 25. (s. f.). *Conversación* [Grupo de Facebook]. Facebook. Recuperado el 16 de octubre de 2019 de <https://www.facebook.com/groups/1998445910413344>
- Ewel, N. (2020). *Populismo y polarización: la representación de Evo Morales en memes de Facebook en octubre y noviembre de 2019* [Tesis de licenciatura inédita]. Universidad Católica Boliviana «San Pablo».
- Fraternidad d Shitposters 23 de Marzo. (2019, 27 de enero). *Información* [Grupo de Facebook]. Facebook. Recuperado el 27 de enero de 2019 de <https://www.facebook.com/groups/393306984573099/>
- Fuentes, F. (2018, 18 de junio). Los «guerreros digitales» de Evo. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/mundo/noticia/los-guerreros-digitales-evo/209982/>
- Gal, N., Shifman, L. y Kampf, Z. (2016). «It gets better»: Internet memes and the construction of collective identity. *New Media & Society*, 18(8), 1698-1714. <https://doi.org/10.1177/1461444814568784>
- Griffin, A. (2018, 9 de marzo). «Dank» is the new umami. Quartz. <https://qz.com/quartz/1221995/dank-is-the-new-umami/>
- Hall, S. (1999). Encoding, decoding. En S. During (Ed.), *The cultural studies reader* (2.<sup>a</sup> ed.) (pp. 507-517). Routledge. <https://pdfs.semanticscholar.org/09b0/21078008e84717f4e7e4c32d270af41929df.pdf> (Trabajo original publicado en 1993)
- Heikkilä, N. (2017). Online antagonism of the alt-right in the 2016 election. *European Journal of American Studies*, 12(2), Artículo 12140. <https://doi.org/10.4000/ejas.12140>
- Heiskanen, B. (2017). Meme-ing electoral participation. *European Journal of American Studies*, 12(2), Artículo 12158. <https://doi.org/10.4000/ejas.12158>
- Hernández Sampieri, R. F., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw Hill. (Trabajo original publicado en 1991)
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, embodied, and everyday*. Bloomsbury Academic.
- Huddy, L. (2001). From social to political identity: A critical examination of social identity theory. *Political Psychology*, 22(1), 127-156. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00230>

- Huddy, L. (2013). From group identity to political cohesion and commitment. En L. Huddy, D. O. Sears y J. S. Levy (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Psychology* (2.<sup>a</sup> ed.) (pp. 511-558). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxford-hb/9780199760107.013.0023> (Trabajo original publicado en 2003)
- Jary, D. y Jary, J. (2000). Elites theory. En *Collins dictionary of Sociology* (3.<sup>a</sup> ed., p. 188). HarperCollins Publishers. (Trabajo original publicado en 1991)
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century* (2.<sup>a</sup> ed.). The MIT Press. (Trabajo original publicado en 2006)
- Journell, W. (Ed.). (2019). *Unpacking fake news: An educator's guide to navigating the media with students*. Teachers College Press.
- Know Your Meme. (2010, 12 de noviembre). *It gets better project*. Recuperado el 20 de enero de 2020 de <https://knowyourmeme.com/memes/it-gets-better-project>
- Know Your Meme. (2017, 16 de febrero). *Deep fried memes*. Recuperado el 30 de marzo de 2020 de <https://knowyourmeme.com/memes/deep-fried-memes>
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- Lafuente, J. (2016, 24 de febrero). Evo culpa a la «guerra sucia» y a las redes sociales de su derrota. *El País*. [https://el-pais.com/internacional/2016/02/24/america/1456327387\\_586177.html](https://el-pais.com/internacional/2016/02/24/america/1456327387_586177.html)
- Laguna, F. (2018). Los jóvenes del 21F. En R. Loayza (Ed.), *Las caras y taras del racismo: segregación y discriminación en Bolivia* (pp. 167-193). Plural.
- Loayza Bueno, R. (2010). *Halajtayata. Racismo y etnicidad en Bolivia* (3.<sup>a</sup> ed.). Konrad Adenauer Stiftung. (Trabajo original publicado en 2004)
- Loayza Bueno, R. (2019). Los rostros, los lastres y la razón del racismo habitual. Tensiones raciales en la interacción pública rutinaria en La Paz. En R. Loayza (Ed.), *Las caras y taras del racismo: segregación y discriminación en Bolivia* (pp. 25-107). Plural.
- Martínez Miguélez, M. (2004). Los grupos focales de discusión como método de investigación. *Heterotopía*, 10(26), 59-72.
- Memnoticias Bolivia. (s. f.). *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 12 de noviembre de 2019 de <https://www.facebook.com/memnoticias-bolivia>
- Milner, R. M. (2013). FCJ-156 Hacking the social: Internet memes, identity antagonism, and the logic of lulz. *The Fibreculture Journal*, (22), 62-92. <http://twentytwo.fibreculturejournal.org/fcj-156-hacking-the-social-internet-memes-identity-antagonism-and-the-logic-of-lulz/>
- Nowak, J. (2016). Internet meme as meaningful discourse: Towards a theory of multi-participant popular online content. *Central European Journal of Communication*, 9(1/16), 73-89. [https://doi.org/10.19195/1899-5101.9.1\(16\).5](https://doi.org/10.19195/1899-5101.9.1(16).5)
- Oakes, P. (2002). Psychological groups and political psychology: A response to Huddy's «Critical examination of social identity theory». *Political Psychology*, 23(4), 809-824. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00308>
- Opinión*. (2016, 19 de abril). Bolivia crea dirección general de Redes Sociales. <https://www.opinion.com.bo/articulo/ciencia-tecnolog-iacute/bolivia-crea-direcci-oacute-n-general-redes-sociales/20160419000100548233.amp.html>

- Oviedo, C. (2019). La disputa de dos élites. En R. Loayza (Ed.), *Las caras y taras del racismo: segregación y discriminación en Bolivia* (pp. 137-193). Plural.
- Pérez, G. (2019). Bolivianos en Londres, razón y sentimiento. R. Loayza (Ed.), *Las caras y taras del racismo: segregación y discriminación en Bolivia* (pp. 227-251). Plural.
- Piérola, C. y Pocoaca Linares, E. (2018). La vida es un riesgo carnal: los memes como una forma de interpretación de la realidad, opuesta a la de los medios convencionales. *Journal de Comunicación Social*, 7(7), 105-148. [https://www.researchgate.net/publication/331729708\\_La\\_vida\\_es\\_un\\_riesgo\\_carnal\\_los\\_memes\\_como\\_una\\_forma\\_de\\_interpretacion\\_de\\_la\\_realidad\\_opuesta\\_a\\_la\\_de\\_los\\_medios\\_convencionales](https://www.researchgate.net/publication/331729708_La_vida_es_un_riesgo_carnal_los_memes_como_una_forma_de_interpretacion_de_la_realidad_opuesta_a_la_de_los_medios_convencionales)
- Retamozo, M. (2006). La razón populista, de Ernesto Laclau. *Perfiles Latinoamericanos*, 13(27), 253-258. <https://perfilesla.flacso.edu.mx/index.php/perfilesla/article/view/236/190>
- Ross, A. S. y Rivers, D. J. (2017). Internet memes as polyvocal political participation. En D. Schill y J. A. Hendricks (Eds.), *The presidency and social media: Discourse, disruption, and digital democracy in the presidential election* (pp. 285-309). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315112824-15>
- Ruiz Martínez, J. M. (2018). Una aproximación retórica a los memes de internet. *UNED. Revista Signa*, 27, 995-1021. <https://doi.org/10.5944/signa.vol27.2018.21856>
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9429.001.0001>
- Schreckinger, B. (2017). World War Meme. *Politico*. <https://www.politico.com/magazine/story/2017/03/memes-4chan-trump-supporters-trolls-internet-214856>
- The Ball Report. (2015, 17 de junio). *The story of «Ate my balls,» one of the first Internet memes*. <http://theballreport.com/the-story-of-ate-my-balls-one-of-the-first-internet-memes/>
- Tribunal Constitucional Plurinacional de Bolivia, Sala Plena. (2017, 28 de noviembre). Sentencia Constitucional Plurinacional 0084/2017. Expediente 20960-2017-42-AIA. [https://buscador.tcpbolivia.bo/servicios/\(S\(t51bap02kuehbmh4tlvgp24d\)\)/WfrMostrarResolucion.aspx?b=150754](https://buscador.tcpbolivia.bo/servicios/(S(t51bap02kuehbmh4tlvgp24d))/WfrMostrarResolucion.aspx?b=150754)
- Urban Dictionary. (2017, 29 de marzo). Normie memes. En *Urban Dictionary*. Recuperado el 10 de enero de 2020 de <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=normie%20memes>
- VavizacliTv. (2019, 4 de octubre). *CABILDO «POR LA DEMOCRACIA Y LA TIERRA» SANTA CRUZ - EN VIVO 04/10/19* [Video]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=1P\\_ZroawdgA](https://www.youtube.com/watch?v=1P_ZroawdgA)
- Wiggins, B. E. y Bowers, G. B. (2014). Memes as genre: A structurational analysis of the memescape. *New Media & Society*, 17(11), 1886-1906. <https://doi.org/10.1177/1461444814535194>
- Winocur, R. (2019). La tribu de los memes. Un territorio virtual de inclusión-exclusión entre los adolescentes. *Comunicación y Sociedad*, Artículo e7327. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7327>
- Zegada Claire, M. T. y Guardia Crespo, M. (2018). *La vida política del meme. Interacciones digitales en Facebook en una coyuntura crítica*. Plural; CERES; UCBS.Ps
- Zuazo, M. (2009). *¿Cómo nació el MAS? La realización de la política en Bolivia*. Fundación Ebert.