

Paper

Aproximaciones a los aspectos metodológicos para la categorización de los memes como dispositivos discursivos

Wiszniacki, Mariano; Villalba, Juan Manuel

marianwis@gmail.com; jmvillalba96.jmv@gmail.com

Universidad Nacional de Lanús. Departamento de Humanidades y
Artes/ LAD-Laboratorio de Diseño. Remedios de Escalada,
Argentina.

Línea temática 3. Categorías: consensos y conflictos

Palabras clave

Memes, Metodologías, Comunicación Visual,
Morfología, Variables

Resumen

¿Qué significa categorizar en el diseño y la comunicación visual? ¿cuáles son los aspectos metodológicos que debemos considerar a la hora de construir clasificaciones y taxonomías de piezas visuales?

Este trabajo tiene como objetivo explorar y reflexionar acerca de las cuestiones metodológicas que hacen al diseño de una investigación sobre los memes, en tanto dispositivo discursivo clave en la producción y reproducción de significaciones sociales en plataformas digitales.

Los memes, definidos resumidamente como materiales verbales/visuales que se elaboran

principalmente para su comunicación vía redes sociales, forman parte fundamental de la actualidad hipermediatizada en la que habitamos, generan tendencia, ocupan la agenda pública, son parte también de procesos de remediaciones propios de la convergencia tecnológica y cultural de nuestro tiempo.

Un estudio pormenorizado de estas materialidades exige al menos dos cuestiones metodológicas a tener en cuenta. Por un lado, nos encontramos ante un tema con poco desarrollo en cuanto a su investigación, por lo cual necesitamos avanzar en su exploración y construcción de posibles variables, tanto morfo-sintácticas, como semióticas.

Por el otro, y en la misma línea, dada la masificación, multiplicidad y diversidad que asumen en la producción significativa contemporánea nos encontramos ante un universo amplio que exige establecer definiciones metodológicas para poder ser abordado empíricamente.

En este sentido, avanzaremos en delimitar las problemáticas a las que nos enfrentamos en la fase de diseño del objeto (Samaja, 1999) de una investigación en este campo. Para ello, construir definiciones operativas y conceptuales para establecer los contrastes que necesita toda categorización y sus diferencias, tanto como determinar criterios muestrales serán cuestiones claves para reflexionar y debatir.

Este trabajo forma parte del proyecto "Estrategias y taxonomía del meme como dispositivo discursivo de construcción/reproducción de identidades y representaciones político-culturales en plataformas y redes sociales digitales. Su rol en el debate democrático contemporáneo" correspondiente a la convocatoria Amílcar Herrera de la Universidad Nacional de Lanús, dirigido por el Mag. Nicolás Pinkus. El proyecto en curso tiene como objetivo efectuar un relevamiento sistemático de los memes que circulan en las redes sociales para describir su composición morfológica y discursiva y la explicación del funcionamiento de dichas piezas en

el contexto comunicacional de la convergencia mediática.

El diseño en investigaciones comunicacionales

En el marco de un proceso de investigación científica desarrollamos un camino que suele ir, para decirlo resumidamente, de lo conceptual a lo empírico. En este sentido, independiente del área, campo u objeto en el cual busquemos alcanzar un conocimiento que por algún motivo no disponemos aún, requerimos orientar un conjunto de preguntas (en el universo científico/académico problema) que nos organizan acciones cognitivas para encontrar las respuestas a esos interrogantes. Esa suerte de trabas, obstáculos, dificultades o cualquier otro sinónimo que identifiquemos de la noción de problema no es ni más ni menos que un proceso que todo ser viviente enfrenta en la persecución de fines vitales. Es decir, perseguimos determinadas metas, en el camino se nos presentan problemas, desarrollamos estrategias para cumplir con esos propósitos. El conocimiento, en esa simplificada descripción de pasos, opera como modo de autorregular la vida (Samaja, 1999: 2007), en la medida en la cual, cuando más conocimiento disponemos más definimos nuestros propios fines o extremando el planteo, somos más libres.

Ahora bien, para alcanzar esos fines tenemos múltiples caminos o métodos. El método científico, uno más entre otras modalidades que los humanos hemos desarrollado históricamente para descubrir y validar las creencias que se obtienen, exige de una planificación particular de las acciones. Sin embargo, esa planificación no es unívoca, depende del objeto que se estudie, del campo en el cual nos encontremos, el estado del conocimiento que se tenga sobre eso que estamos intentando conocer. En definitiva, un mismo fin se puede obtener por distintos medios. A esos medios los denominamos el diseño de la investigación. En otras palabras, la estrategia que desplegamos a lo largo de esa búsqueda incesante de encontrar nuevas respuestas o de contrastar las que suponemos/conjeturamos/creamos o imaginamos. Observación preliminar número uno: existen múltiples diseños en el intento de ser eficientes para cumplir con esas acciones y, más aún, existen diversas estrategias para abordar un mismo tema/problema u objeto de estudio. Esto nos enfrenta ante un nuevo interrogante: ¿cómo hacemos para definir el diseño de una investigación? ¿cuáles son normativamente los criterios para asumir esas definiciones? Roxana Ynoub (2010: 6) sostiene que el criterio fundamental es aquel que compromete a “optimizar las condiciones de aquello que se debe describir, explicar o interpretar” y agrega “Por ‘condiciones de contraste’ entenderemos la estipulación de las condiciones que facilitan la detección de lo que se está buscando”.

Llegado a este punto, son al menos cuatro las cuestiones que debemos tener en cuenta (Cfr. Berganza Conde, 2005; Ynoub, 2015) en el diseño de una investigación:

- a) Las unidades de análisis: implican las siguientes consideraciones, ¿cómo construimos el universo o población que forma parte del análisis? ¿Trabajaremos con muestreos? De ser así, ¿Cuáles son los criterios que tendremos en cuenta para la selección de la muestra? Y si definimos hacer estudios de casos, ¿cuál es la validez que tiene ese particular en relación con el universal analizado?
- b) Las dimensiones o variables de análisis: remiten a las cuestiones para considerar la naturaleza de estas (cualitativa/cuantitativa), la amplitud (individuales/colectivas), el nivel de abstracción (es decir según su posibilidad de ser más o menos medibles empíricamente), según la escala (si se trata de tipos de agrupamientos nominales, ordinales, de intervalo o razón), y, finalmente, según la relación que entre las variables existe o pretendemos delimitar (dependencia, independencia y correlación).
- c) La temporalidad: si se trata de un estudio retrospectivo, prospectivo, transversal o histórico-evolutivo.
- d) Los instrumentos que utilizaremos para recolectar los datos necesarios para responder los interrogantes que nos planteamos y/o abordar/contrastar las hipótesis presentadas, si las hubiese.

Las dimensiones/variables como sistemas de construcción de categorías

De las cuatro cuestiones antes mencionadas, comenzaremos por enfocarnos en la reflexión acerca de las variables pensadas como sistemas de categorías que como primera definición no son naturales. Por el contrario, las variables o dimensiones son características, atributos, aspectos de un objeto que emergen como resultado de clasificar o identificar aquel o aquellos asuntos que formarán parte de la variable, así como determinar las categorías en las cuales podrán ser clasificadas el conjunto de unidades de análisis que formen parte del objeto de estudio. Para clasificar (Ynoub, 2015; Samaja, 2003) separamos e identificamos diferencias agrupadas sobre un eje de semejanzas. Percibimos algunas diferencias, obviamos otras que también podríamos advertir. En última instancia, cuando categorizamos establecemos construcciones significantes. También y como consecuencia de esto, todo sistema clasificatorio implica diferentes métodos para medir y/o clasificar. Incluso más, una misma variable puede ser medida con diferentes procedimientos y/o enfoques teóricos que la secundan. Ampliando un poco esta idea, retomamos el edificio conceptual de Juan Samaja (1999). Este epistemólogo argentino, plantea que cualquier dato científico asume una estructura invariante a la cual denomina matriz de datos. Esta estructura, emerge de aplicar tres operaciones cognitivas (la entificación, la clasificación y la operacionalización) y se compone de cuatro componentes:

las unidades de análisis, variables, valores e indicadores. Los indicadores, aquí reside el eje de la teoría de Samaja, resultan de las operaciones que se aplican sobre alguna dimensión de la variable “para establecer qué valor de ella le corresponde a una unidad de análisis determinada” (Op.cit: 161). Contienen, por un lado, una dimensión, es decir la descripción del criterio que se utilizará para medir a la variable. Disponen por otro lado, de un procedimiento, que se debe explicitar para clarificar cómo se hará para medir esa variable.

Los memes: criterios clasificatorios posibles

Llegado este punto, nos hemos dispuesto a construir un criterio clasificatorio inicial que tenga en cuenta tanto las particularidades conceptuales como operativas/procedimentales para poder establecer dimensiones o variables. Dado que estamos en un primer momento del proyecto de investigación, esta categorización no pretende establecer un juicio definitivo, sino más bien desplegar un ejercicio que nos sirva para reflexionar sobre el objeto, en pos de facilitar su comprensión en cuanto a su comportamiento como herramienta de comunicación. De tal modo, nos encontramos ante la propuesta de clasificar estos dispositivos discursivos a partir de las siguientes propuestas:

Por su sintaxis audiovisual: la forma más fácil de clasificar estas piezas, que suele utilizarse en una gran cantidad de espacios virtuales, es la clasificación a partir de los elementos y tratamientos audiovisuales que componen al meme. Dentro de esta posibilidad, podemos realizar una lectura relacionada con la morfología o tipología de las imágenes, su composición, su relación con el texto, que tipo de filtros, ediciones o remixes aparecen tanto en lo visual como en lo sonoro, entre otras posibles diferenciaciones.

El apartado teórico que podría sustentar esta clasificación podría ser la teoría de los géneros discursivos planteada por Mijail Bajtin en su *Estética de la Creación Verbal* (2011). Los géneros discursivos son una serie de enunciados del lenguaje que son capaces de ser agrupados por sus similitudes entre sus composiciones, sus estilos y sus temáticas. Siguiendo esta línea, los memes (ya entendiéndose como un género) contarían con sus propios géneros discursivos, como por ejemplo, lo que el internet ha denominado Rage Comics (ver Figura 1), que reúnen entre todos ellos no sólo el tratamiento visual sino también su tratamiento compositivo, que condiciona al lector a leer estos memes como si estuviese leyendo una tira cómica.

Figura 1: El género Rage Comic



Fuente: <https://www.marketingcapacitacion.com/que-es-el-rage-comic/>

Por el vínculo enunciador-enunciario: un segundo aspecto para categorizar a los memes puede ser elaborado desde la teoría de la enunciación desarrollada originalmente por Emile Benveniste (2004) en la cual se identifica que el acto de enunciar es una “función discursiva en la que el sujeto y sus circunstancias están inscriptos y esto la vuelve necesariamente una producción intersubjetiva y plural” (Bitonte y Griguelo, 2016: 2). En este sentido, es que consideramos que una de las categorizaciones posibles podría tener que ver con la construcción de un posible vínculo entre enunciador y enunciatario. Por tal motivo, en este acercamiento inicial diremos que un modo de clasificar puede tener que ver con el modo en el cual los memes orientan su comunicación específica hacia algunos públicos particulares, segmentos poblacionales, colectivos, grupos, etc., y, en la misma línea, cómo construyen la posición de enunciación.

De hecho, en esta línea se podrían distinguir aquellas piezas que se articulan entre un grupo de pequeñas personas o público(s) específico(s), con sus determinadas contextualidades, sin posibilidades ni necesidades de ser interpretados por personas ajenas a este circuito, de aquellas que, por el contrario, su única prioridad es la de mediatizar su contenido al mayor público posible, a través de la difusión por diversas plataformas. Existe también la posibilidad de que una determinada situación o pieza audiovisual, incluso un meme interno (que se produce y circula en un pequeño grupo de personas), se difunda exitosamente, aun cuando su viralización no estaba presente en el momento de su concepción. Estaríamos hablando de aquellos memes que han sido recibidos como tales por una suerte de accidente.

En la Figura 2 podemos ver que el contenido de este meme está dirigido o aspira a ser comprendido por dos tipos de enunciatarios: primero aquellas personas que se sientan en una situación económica conflictiva, y segundo aquellas personas que sean capaces de identificar al personaje de la imagen.

Figura 2: Meme sobre El Juego del Calamar (2021)

DOS PERSONAS CON MUCHAS DEUDAS
MIRANDOSE FIJAMENTE



Fuente: <https://www.infobae.com/america/peru/2021/09/28/squid-game-los-mejores-memes-de-el-juego-del-calamar/>

Por sus condiciones de producción y/o reconocimiento: otra forma de pensar a estas piezas sería considerarlas teniendo en cuenta el tono y/o el efecto de sentido buscado. El humor, la ironía, la crítica (política, cultural, etc), el impacto, el debate, o inclusive aquellos casos donde la búsqueda no es necesariamente el humor, sino que se apela a otros sentimientos o actitudes por parte del lector como la piedad, la ternura, la emoción o la nostalgia, entre otros. (Ver Figura 3). Para ello, un marco para el análisis puede ser la teoría de los discursos sociales enunciada por Eliseo Verón (1993) donde se formula para presentar a la semiósis social la doble hipótesis: a) toda producción de sentido es social, en tanto y en cuanto para comprender un fenómeno significativo precisamos analizar sus condiciones sociales de producción; y b) todo fenómeno social tiene una dimensión significativa que lo constituye. Dicho esto, tener en cuenta

lo que este autor entiende como condiciones de producción y condiciones de reconocimiento como una manera de orientar las taxonomías a crearse.

Figura 3: Meme con finalidad sanadora (Wholesome Meme)

Bulbasaur brought you a flower,
hoping it makes you feel better



Fuente: <https://es.memedroid.com/memes/detail/3465968/Wholesome-meme>

Por su materialidad: El meme ocurre en diversas esferas de la praxis humana, puede ser de carácter digital como también puede estar impreso, ser una ilustración u obra artística, un evento, una canción, un texto, una forma de hablar, etc. Los procesos de comunicación digital facilitan la interacción, integración o complementariedad de soportes y por lo tanto, han asumido un espacio clave en nuestras vidas cotidianas hipermediatizadas. En tal sentido, dentro del universo digital podríamos clasificar a los memes según su formato, pudiendo ser imágenes, videos, audios, y en una última instancia, una amalgama de todos ellos (ver Figura 4). Para ello, asumimos como telón de

fondo la definición cuasi canónica de Henry Jenkins acerca de la convergencia como “el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (2006: p.14). En ese momento de la comunicación humana en el cual nos encontramos, el autor representa un cambio de posición en cuanto a los públicos, en tanto pasan de la mera recepción hacia la participación activa. Producción, reproducción, reapropiación y multimodalidad son algunas de las características de las manifestaciones significantes que emergen en los medios y plataformas digitales y eso debe tenerse en cuenta a la hora de pensar la materialidad misma del meme. Afirman Peil y Sparviero (2017: 2): “la convergencia de medios implica principalmente la alteración de textos mediáticos, así como también su producción y distribución. Contenido, género y formatos se han fusionado de múltiples maneras y son distribuidos por una variedad de plataformas y canales”.

Figura 4: Fotograma del video viral “Edgar se cae” (2006)



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=b89CnP0Iq30>

Por su temporalidad: esta posible clasificación estaría ligada al papel que asume cada meme en tanto vehículo de eventos o comportamientos humanos y su posibilidad de permanecer en las redes como pieza interpretable. Un meme puede estar orientado hacia la comunicación-viralización de un suceso, acontecimiento o evento histórico, sin que eso sesge múltiples interpretaciones que puedan realizarse a lo largo del tiempo. Por tal motivo, el tiempo como dimensión para categorizar estas piezas discursivas puede ser también un

aspecto para proceder a la manera de estudiar y conceptualizar a los memes.

Un meme puede estar ligado a algún acontecer que ocurra en la inmediatez del mundo real, como un evento deportivo, una ceremonia de premios o noticia. El contexto temporal-situacional seguro será determinante, dado el carácter inmediato de la comunicación digital (ver Figura 5). Podrá generar, incluso, memes reacción a ellos que podrán cumplir dos tipos de comportamientos: el primero es el de servir, como su terminología indica, como un disparador de sentidos ligado a un acontecer real inmediato. Una vez agotado este uso, podríamos inferir que el meme reacción habría agotado su posibilidad de permanecer interpretable. Sin embargo, este meme posee además un comportamiento de registro, lo cual hace posible su re-interpretación y longevidad como consecuencia de algún evento real. Por esta razón, el transcurrir del tiempo y la necesidad de re-construir contextos y ampliar el universo de re-significación podrá ser un factor para establecer clasificaciones de memes. En otras palabras, proponemos efectuar un estudio diacrónico de los memes para poder comprender sus particularidades y generar un ordenamiento posible.

Figura 5: Meme sobre la victoria del Real Madrid en la Champions League (Mayo del 2022)



Fuente: <https://twitter.com/metroadelantado>

El universo y las muestras: ¿cómo pensar modalidades eficientes y válidas para seleccionar los memes a estudiar?

El segundo de los temas que esbozaremos en este trabajo es el de los criterios para seleccionar el corpus de memes a analizar. Se trata de otra de las cuestiones que Berganza Conde (op.cit) presentaba para pensar el diseño de una investigación comunicacional. En este sentido, teniendo en cuenta las dimensiones del universo de memes, es necesario formularnos algunos interrogantes para pensar estrategias eficientes y legítimas para construir el acervo de piezas a estudiar.

Primer grupo de interrogantes: sobre el universo

¿Cuál es el universo o población de memes? La primera cuestión a definir es conceptual, es acerca de la unidad de análisis ¿Que es un meme y que no lo es? ¿cómo hacemos para determinar un universo si el universo no es ni fácilmente identificable espacial ni temporalmente? ¿Dónde encontramos el catálogo completo de memes si en realidad su propia característica inter e hipertextual y su circulación viral dificultan esa catalogación?

Una de las cuestiones que surgen a la hora de definir que es un meme y que no lo es, es el apartado de la viralidad. Limor Shifman (2011) propuso una distinción entre aquello que es viral y aquello que es memético. Para Shifman lo viral se esparce por los medios digitales sin cambios significantes, mientras que lo memético involucra una estructura de participación más elaborada que desencadena una extensa creatividad por parte del usuario. Sin embargo, esta separación según cuanto se re-signifique una pieza digital trae consigo cuestiones sobre cómo puede cambiar un signo durante la comunicación humana. Autores como Varis y Blommaert (2015) y Bradley Wiggins (2019) han presentado su preocupación acerca de desestimar la esfera semiótica en el análisis superficial que propone Shifman, entendiendo que los memes son ejemplos perfectos de re-entextualización (Bauman y Briggs, 1990). Los autores presentan ese concepto para describir lo que ocurre cuando se sustrae un texto (entendido como objeto semiótico) de su contexto original y se lo re-inserta en otro contexto diferente, generando así nuevas participaciones, textualización y producciones de sentido. Es correcto entonces deducir que aquello considerado viral es probablemente precursor o generador de múltiples memes, pero no necesariamente es igual a la inversa, puesto que la viralidad no es una condición para que algo pueda ser considerado meme. Dicho esto, ¿Bajo qué criterios podemos determinar qué es un meme y qué no?

Es precisamente este primer interrogante lo que vuelve tan difícil comenzar a recolectar un corpus de memes que sea válido para comenzar cualquier investigación. Quizás una de las posibles miradas que nos puedan llegar a ofrecer un alivio frente a esta duda es tomar la recolección desde una mirada

hermenéutica y entender que lo que consideremos memes dependen tanto de la intención del autor como de las posibles interpretaciones de cada lector, en este caso de quienes realizan la recolección, tanto como de quienes interpretan la producción final. Los memes, entonces, pueden ser considerados obras abiertas (Eco, 1992) en la medida en la cual parten desde la figura de un autor ideal, se reconstruyen en cada interacción entre obra y lector y revelan su verdadero contenido en cada una de esas interacciones, a la vez que se actualizan en la viralización. Entender a los memes como obras abiertas nos permite deslindar aquellas interrogantes respecto a lo que puede o no ser considerado meme, partiendo de la idea de que para que exista una interpretación de estas piezas debe haber por lo menos más de un partícipe en la construcción de su significado. Tal y como puede ocurrir con una obra de arte o una producción literaria que no se comparte o publique, jamás tendrá la posibilidad de ser interpretada, re-interpretada ni mucho menos ser analizada, siendo así la publicación la esencia fundamental de cualquier práctica memética.

Segundo grupo de interrogantes: sobre criterios y representatividades

La pregunta por la muestra siempre es la pregunta por la representatividad. Es decir, ¿en qué medida -si se puede medir- podemos efectuar afirmaciones/inferencias generales tomando en consideración un análisis de una sumatoria de particulares? ¿Cómo establecemos criterios eficientes para seleccionar las muestras? ¿Qué pauta seguimos para elegir las piezas que estudiaremos o tomaremos al menos para armar taxonomías? Ynoub (2015) señala que una muestra en el campo científico, debe responder a los criterios de representatividad y variabilidad de aquellos aspectos que son relevantes y característicos de la investigación. En otras palabras, la muestra debe dar cuenta de aquellas particularidades del objeto a estudiar y, asimismo, debe contener las variaciones significativas del asunto que se estudia. Ahora bien, la autora aclara que esos dos criterios operan bajo la condición de que cuando seleccionamos esa muestra ésta nos indique o nos muestre ese aspecto que estudiamos de modo análogo a cómo se comporta la estructura de una totalidad a la que denominamos universo. Alejandra Ojeda (2008) agrega que la representatividad de una muestra en relación a su universo se construye a partir de una relación semiótica de iconicidad en tanto, la parte sustituye de modo signifiante al todo, reproduciendo sus relaciones internas y no es meramente un fragmento de ese universo.

Claro está, conformamos una muestra en aquellos casos en los cuales no podemos alcanzar a todas las unidades de dicha totalidad por cuestiones de economía, tiempo y/o abordabilidad. La mayor parte de las veces no contamos con un conocimiento cabal de la variabilidad del universo, por lo cual esa condición se transforma en el criterio sustancial para diseñar la muestra. Dicho criterio tiene que ver con confiar o no en las reglas de la probabilidad para la selección.

Otro de los aspectos, íntimamente vinculado con lo anterior tiene que ver con el tamaño de la muestra. ¿Cómo sabemos qué cantidad de unidades deben formar parte del recorte muestral para que ésta sea válida en términos de la representatividad? Cea D'Ancona (1999) menciona seis factores que inciden en esa decisión: el tiempo y los recursos disponibles, la modalidad de muestreo en función de alcanzar los objetivos de investigación, la diversidad de los análisis de datos prevista, la heterogeneidad poblacional, el margen de error máximo admisible acorde a los parámetros de la población de estudio, el nivel de confianza de la estimación muestral.

En otros términos, para el caso de nuestro objeto de estudio, la primera aseveración que podemos enunciar es que estamos ante un universo difícil de identificar o de determinar sus límites y menos aún de conocer su heterogeneidad. Incluso más, podemos afirmar que se trata de una población extremadamente variable, para la cual, acorde a los objetivos de la investigación deberemos reflexionar previamente acerca de utilizar muestras que recurren a la regla de la probabilidad mediante la estadística (probabilísticas) o aquellos que no tienen en cuenta la aleatorización (no probabilísticas) pero que resultan más apropiadas en estudios cualitativos o incluso diseños exploratorios, según sostiene Cea D'Ancona (op.cit).

De todas maneras, también deberemos tener en cuenta otras propuestas en la construcción es esta "parte" del total como la elaborada por Glasser y Strauss (1967) acerca del denominado muestreo teórico. Se trata del "proceso de la recolección de datos para generar una teoría por la cual el analista conjuntamente selecciona, codifica y analiza su información y decide qué información escoger luego y dónde encontrarla para desarrollar su teoría tal como surge (...) se hace para descubrir las categorías y sus propiedades, y para sugerir las interrelaciones dentro de una teoría". Fundamental será para ello el concepto de saturación teórica, condición clave para delimitar el tamaño de la selección muestral.

Tercer grupo de interrogantes: sobre la confiabilidad de las piezas

Por la propia dinámica de funcionamiento de las plataformas virtuales se hace difícil identificar el origen y/o la autoría del meme. En este sentido, si intentamos hacer un estudio que permita categorizar a los memes, la confiabilidad de las muestras que recolectamos para continuar con el análisis resultará clave. ¿cuál es la legitimidad que tienen las piezas en cuanto a su origen? ese origen, ¿es representativo de una totalidad? ¿la autoría de un meme como se alcanza a conocer? ¿existen modelos con otras materialidades del campo comunicacional que nos sirvan de referencia para usar análogamente para determinar cuál pieza es o no confiable?

Hemos dicho que la condición fundamental para recolectar un meme y que éste sea sometido a un análisis válido es que se encuentre, en primera instancia, publicado. Sin embargo, la interrogante que precede luego de haber resuelto la

publicación podría ser sobre la legitimidad de la autoría de la unidad de análisis. ¿Qué garantías tengo de que esta pieza está hecha por quien dice ser el autor? ¿Cómo afecta esto a la veracidad de mis conclusiones? Para resolver estas inquietudes, proponemos repasar la distinción entre fuente primaria y fuente secundaria (Berganza Conde, 2005) para esclarecer qué tipo de fuentes necesitamos para realizar una base de datos legítima.

En las investigaciones relacionadas con la comunicación suelen encontrarse dos tipos de fuentes: primarias y secundarias. Las fuentes primarias son aquellas que se recogen de la realidad sin intermediarios, directamente por el investigador (cuestionarios, entrevistas, análisis de contenido), mientras que las fuentes secundarias se recolectan a partir de los datos recogidos por otros investigadores. Respecto a qué tipo de fuentes es necesario priorizar, Berganza Conde (op.cit, p.78) explica: "La separación entre uno y otro tipo de investigación no es radical. De hecho, no puede realizarse una buena investigación primaria sin haber realizado algún tipo de investigación a partir de datos secundarios."

Desde este enfoque podríamos decir que la duda respecto a la legitimidad del autor de los memes, en tanto unidades de análisis dispuestas a ser clasificadas y catalogadas, surge respecto a cómo consideramos su recolección. En una primera impresión podrían ser consideradas como fuentes primarias dada la recolección de primera mano que realizamos desde las publicaciones en las redes sociales. Aun así, la duda sobre la legitimidad y, por consecuencia, la veracidad de las piezas, continúa. En todo caso, podríamos entender a las publicaciones como fuentes secundarias, dado que las unidades de análisis no son de nuestra autoría sino que estamos reconociendo la autoría de alguien más, registrando su origen en tanto la página web de donde hemos recolectado a la pieza como de la supuesta figura de autor. De esa forma, nos aseguramos que la duda respecto a la figura del autor del meme no detenga la producción de conocimiento válido.

Comentarios finales preliminares

En el presente trabajo hemos intentado dejar formuladas algunas cuestiones metodológicas que nos aparecen como interrogantes al inicio del proyecto de investigación "Estrategias y taxonomía del meme como dispositivo discursivo de construcción/reproducción de identidades y representaciones político-culturales en plataformas y redes sociales digitales. Su rol en el debate democrático contemporáneo" de la Universidad Nacional de Lanús del cual formamos parte. La pregunta por los "cómo" hacer esta investigación, consideramos humildemente, no acercará respuestas únicamente para este proceso que hemos comenzado, sino también para otros estudios que tengan como objeto a materialidades del campo de la comunicación visual en el contexto de la convergencia info-comunicacional.

De este modo, pretendemos dejar formulados algunos aspectos que hacen al diseño de una investigación, específicamente en lo concerniente tanto a las variables como a los universos y las muestras. No obstante, quedan otros debates método-epistemológicos interesantes para nuestra reflexión. Se trata de al menos tres: a) el que tiene que ver con el tipo de estrategia de diseño metodológico más adecuado para encarar la investigación; b) el referido al propio lugar de nosotros en tanto investigadores, toda vez que buscaremos establecer un vínculo crítico con las materialidades que estudiaremos y, finalmente, c) la deliberación acerca de la validez epistemológica de las inferencias que nos permitirán elaborar conjeturas y abrir nuevos conocimientos sobre el objeto de estudio.

Bibliografía

Bajtín, M. (2011). *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Bauman R. y Briggs Ch.(1990). "Poetics and performances as critical perspectives on language and social life". *Annual Review of Anthropology* 19. 59-88.

Benveniste, E. (2007). *Problemas de Lingüística General*, México: Siglo XXI.

Berganza Conde, M.R. y Ruiz San Román, J. (2005). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: Mc Graw Hill.

Bitonte, M.E. y Griguelo, L. (2011). "De la enunciación lingüística a la comprensión del lenguaje audiovisual. Una punta sobre enunciación". Documento de Cátedra, Semiótica de los Medios II, Secretaría de Publicaciones del Centro de Estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Recuperado el 15/7/2022 de <http://semiotica2a.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/79/2014/10/Enunciacion%20de%20Bitonte-y-Griguelo.pdf>

Cea D'Ancona, M.A. (1999). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Barcelona: Síntesis.

Eco, U. (1992). *Obra abierta*. Barcelona: Planeta Agostini.

Glasser, B. y Strauss, A. (1967). "Muestreo Teórico". En: *The Discovery of Grounded Theory*. Aldine Publishing: New York.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Ojeda, A. (2008). "El problema de las muestras en las tesinas de grado. Dificultades y perspectivas". En: *Cuadernos de trabajo del Centro de Investigaciones en Teorías y Prácticas Científicas*, N° 6. Remedios de Escalada: Universidad Nacional de Lanús.

Peil, C. y Spaviero S.(2017). "La convergencia de medios se encuentra con la desconvergencia", en S. Sparviero et al. (eds.). *Media Convergence and Deconvergence, Global Transformations in Media and Communication Research*, Palgrave & IAMCR Series, DOI 10.1007/978-3-319-51289-1_1

Samaja, J. (1999). *Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. Buenos Aires: Eudeba.

Samaja, J. (2003). "Los caminos del conocimiento" en *Semiótica de la Ciencia*. Libro inédito.

Shifman L. (2011). *An anatomy of a YouTube meme*. *New Media & Society* 14(2): 187-203

Varis y Blommaert (2015). *Conviviality and collectives on social media: Virality, memes, and new social structures*. *Multilingual Margins*. 2(1):31-45.

Verón, E. (1993). *La semiosis social*, Barcelona: Gedisa.

Wiggins B. (2019). *Discursive Power of Internet Memes in Digital Culture. Ideology, Semiotics and Intertextuality*. New York & London: Routledge.

Ynoub, R. (2010). "El diseño de investigación: una cuestión de estrategia". Inédito

Ynoub, R, (2015): *Cuestión de método. Aportes para una metodología crítica*. Cengage Learning Editores, México