



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

Usuarios en la Interacción Digital: Un Análisis de los Memes y el Contenido Depresivo en
la Era de las Culturas Digitales

MONOGRAFIA DE GRADO

Presentado por:

Johan Alejandro Cruz Muñoz

Presentado a:

Facultad de Sociología

Tabla de contenido

| | |
|--|-----------|
| Resumen | 4 |
| Introducción | 4 |
| Planteamiento del problema | 6 |
| Cotidianidad de las redes sociales | 8 |
| El problema de las redes sociales al abordar los trastornos mentales | 10 |
| Abordando la depresión y los problemas desde el humor..... | 12 |
| Estado del Arte..... | 13 |
| La emocionalidad del meme | 13 |
| El espacio-tiempo que habita el meme..... | 17 |
| Viralización e Identidad | 18 |
| Identidad..... | 21 |
| Objetivos..... | 25 |
| Metodología..... | 25 |
| - Paradigma Hermenéutico Interpretativo: | 25 |
| Enfoque metodológico Mixto: | 26 |
| Ruta metodológica..... | 27 |
| Recolección de Datos Generales | 29 |
| Recolección de Muestra | 32 |
| Variables..... | 33 |
| Marco Teórico..... | 38 |
| Signo..... | 38 |
| Teoría de Goffman | 38 |
| Industria Cultural y Cultura de Masas | 40 |
| Sociedad de la información | 41 |
| Cultura Digital..... | 41 |
| Identidad..... | 42 |
| Teoría de Mitchell | 42 |
| Resultados..... | 43 |
| 1. Historia y contextualización del término meme..... | 43 |
| Para enriquecer el concepto de meme (el meme como signo) | 45 |
| Origen de los memes de internet..... | 46 |
| Historia y contextualización del consumo triste | 51 |

| | |
|--|------------|
| Memes en la Interacción Digital | 56 |
| 2. El auge del contenido depresivo | 58 |
| 2.1 Análisis de las formas de expresión de los usuarios en las redes sociales en línea | 61 |
| 2.2 ¿Cultura depresiva a partir de la cultura de masas? | 64 |
| De las culturas digitales..... | 67 |
| Memes depresivos en la cultura digital | 71 |
| Memes depresivos en la época de la salud mental | 75 |
| El humor y la Ironía como única forma de expresión permitida en la modernidad | 82 |
| 3. Memes Depresivos ¿Cómo Son? | 84 |
| Análisis muestra (Cuantitativo)..... | 86 |
| Análisis Cualitativo | 91 |
| El sentido del meme depresivo..... | 93 |
| La imagen como contenido contextual..... | 95 |
| Tipos de Meme depresivo según su sentido..... | 96 |
| 4. Apartados Finales | 97 |
| Interés de los usuarios de internet en la salud mental | 97 |
| Usuarios en resistencia | 99 |
| Otros usos de los memes depresivos | 100 |
| El meme “casi” depresivo (Qué no es un meme depresivo) | 101 |
| Conclusiones..... | 102 |
| Referencias | 107 |
| Anexos..... | 111 |

Tabla de Gráficos e Imágenes

| | |
|-----------------|----|
| Meme 1 | 49 |
| Meme 2 | 50 |
| Imagen 1 | 84 |
| Imagen 2 | 84 |
| Imagen 3 | 84 |
| Imagen 4 | 85 |
| Imagen 5 | 85 |
| Gráfica 1 | 88 |
| Gráfica 2 | 88 |

| | |
|-----------------|-----|
| Gráfica 3 | 89 |
| Gráfica 4 | 90 |
| Gráfico 5 | 91 |
| Gráfico 6 | 98 |
| Gráfico 7 | 98 |
| Tabla 1 | 111 |

- **Resumen**

La presente monografía realiza un análisis sobre un tipo de contenido específico de memes de internet que circulan dentro de algunas de las redes sociales más utilizadas a nivel Colombia, Latinoamérica y Global para el año 2023, memes cuyo énfasis temático está relacionado directamente con la depresión, ansiedad y otras condiciones mentales enunciadas y popularizadas como contenido humorístico por medio de estas redes. A través de una búsqueda de fuentes secundarias y una posterior recolección de fuentes primarias se buscó identificar el uso y sentido de este tipo de contenido, así como las principales condiciones socio históricas bajo las cuales estos existen y logran popularizarse en internet entendido como un espacio social digital. Finalmente se presentó una descripción y categorización sobre este tipo de contenido. Todo lo anterior se logró a través de una discusión teórica que logró evidenciar la existencia de una subcultura digital que utiliza herramientas como los memes para abordar diversos aspectos psicosociales de los usuarios en relación con estas enfermedades mentales y su percepción de las mismas. Se relacionaron además las alertas emitidas por la OMS sobre crisis de Salud Mental a nivel global desde 2020 como otra forma de estandarización y contextualización de este fenómeno

- **Introducción**

En la era digital y la omnipresencia de las redes sociales,¹ los memes de internet se han convertido en una forma particular y extensa de tanto comunicación como expresión cultural. En particular, los "memes sobre problemas mentales" han surgido como una categoría única y reciente, estos memes, a menudo caracterizados por una forma de expresión, representación e identidad sobre temas relacionados con la depresión, la ansiedad

¹ En la presente investigación, se utilizará el término red social (en línea) para referir a: “nuevos medios de comunicación masiva, específicamente, medios electrónicos como Internet, CD-ROM, etc.” (Tamboleo, G. p. 5). Con el fin de distinguir del concepto de “red social” como construcción teórica utilizada ampliamente en las Ciencias Sociales

y otros problemas de salud mental, son mucho más que simples bromas en línea. Estos memes se analizaron como un reflejo de varios padecimientos que percibe hoy en día la sociedad local y global moderna, que aborda de manera única la diversa emocionalidad individual, psicológica y social a través del uso de medios audiovisuales y uso de herramientas semánticas para el abordaje social de los trastornos mentales en internet.

A lo largo de este estudio, se explorará la naturaleza de los memes, sus usos masivos en la interacción digital, y finalmente su funcionamiento como herramienta de expresión colectiva, en este caso, memes con significado humorístico sobre problemas, trastornos y/o enfermedades mentales. Se comienza por comprender el contexto más amplio en el que surgen los memes, teniendo en cuenta que lo que hace que los memes de problemas mentales sean particularmente relevantes es precisamente su incorporación semántica a la esfera de la salud mental y la estrecha relación con los espacios digitales en que estos se reproducen, redes sociales. En los espacios digitales, estos memes a menudo se relacionan con trastornos como la depresión, la ansiedad e incluso la ideación suicida. Este enfoque espacial lleva a considerar cómo la difusión de memes se ha convertido en una expresión única de un sentir social global y único de un espacio digital compuesto de signos y significados culturales abordados posteriormente bajo la categoría de Cultura Digital.

La interacción digital a través de Internet y redes sociales también ha dado forma a nuevas dinámicas sociales las cuales incluyen el anonimato, la comunicación no verbal, el distanciamiento físico y el cambio de la relación espacio-tiempo. Estos factores influyen en la forma en que los memes de internet se crean, se comparten y se interpretan, contribuyendo al desarrollo de una cultura de memes representada en un espacio específico que es distintivamente contemporánea.

Un aspecto fundamental del presente trabajo es el análisis de cómo los memes sobre problemas mentales se insertan en las prácticas de uso de las redes sociales por parte de los usuarios, influenciando sus imaginarios y construcciones de identidad a lo largo del tiempo. Esta dinámica revela cómo se forman tendencias, se comparten ideas afines y se replican en el amplio entramado de Internet, incluso entre usuarios con aparentes “escasas” similitudes en sus contextos individuales, sociales y culturales.

En última instancia, este estudio descompone el proceso de creación y difusión de memes sobre problemas mentales para comprender cómo se han convertido en una expresión significativa de las experiencias emocionales y sociales de los usuarios en la era digital,

además de los posibles significados que estos podrían estar enunciando. Por lo anterior, se considera la relación entre estos memes y las cuestiones de salud mental a través de una exploración sobre su masificación en un contexto histórico global de creciente interés, un periodo global de consecuencias en salud pública a partir de la Pandemia por COVID 19 declarada en 2020, trayendo consigo insistentes alertas por parte de diversas organizaciones locales y globales sobre la importancia de abordar los trastornos mentales en las diferentes sociedades globales contemporáneas.

- **Planteamiento del problema**

En 2019, según cifras de la Organización Mundial de la Salud (OMS), aproximadamente 900 millones de personas a nivel global vivían con un trastorno mental; sin embargo, para finales de 2020, el primer año de la pandemia por COVID 19, esta cifra se había rebasado en más de un 20%. Este deterioro en la salud mental global ha causado que este tipo de salud sea un tema de interés global y local, desde distintas entidades e instituciones gubernamentales se ha convertido en prioridad el documentar y atender las formas en que se presentan estos trastornos y padecimientos. Camacho (2021) identificó y relacionó algunos de los “factores estresantes” (causas entendidas como riesgos a la salud mental) cuya exposición aumentó para distintas poblaciones afectadas por el virus de COVID 19, destacando por ejemplo para la estadística de suicidios por cada 100 habitantes, pérdidas económicas y laborales.²

En Colombia, las edades con mayor índice de problemas en salud mental son los jóvenes de 17 a 24 años, seguido por los adolescentes de 12 a 16 años. Según el Ministerio Público, en el primer semestre de 2023, fueron reportados 1.540 suicidios, de los cuales 479 fueron en jóvenes, 142 en adolescentes y 1 en infancia, En el año 2022, Colombia reportó en total 2.835 suicidios, de los cuales, 936 correspondieron a jóvenes, 312 a adolescentes y 3 a infancia. (Procuraduría General de la Nación, Boletín 1104 de 2023)

La crisis económica y laboral, sin duda, conlleva alteración en el autoconcepto y autoestima, estrés exacerbado, desestabilización emocional y sentimientos de

² Uno de los factores principales con impacto significativo en la salud mental radica en la crisis económica y laboral mundial, que está estimada en la pérdida de casi 25 millones de empleos, según la Organización Internacional del Trabajo.

vergüenza; culpa, frustración y pérdida que están asociados con ideas sobre la muerte y gestos suicidas. (Camacho, 2019. p. 22)

Estos factores ya no solo ambientales sino sociales permiten ubicar en un periodo histórico el funcionamiento de unas identificadas unidades culturales de reproducción de ideas a través de herramientas digitales como los memes en forma de imágenes, videos, etc. Estos memes enunciaron en su contenido de manera explícita o implícita (como se verá) la consecuencia de este deterioro en salud mental, la representación o expresión colectiva que se legitima masivamente por usuarios de internet en algunas de sus redes sociales, o lo que es igual, estas unidades son el reflejo del padecimiento individual y social contextual de ya no solamente riesgos en la salud mental a partir del COVID 19 sino de estas condiciones mentales en general, que año tras año, sobre todo desde 2020, han venido incrementando y tomando relevancia, tanto desde su enunciamiento como desde su documentación y padecimiento.

De igual manera, en una periodización similar se ha evidenciado un aumento del interés general sobre la salud mental tanto por parte de entidades gubernamentales como de la ciudadanía para distintas poblaciones afectadas, o así se identificó a partir de toma de decisiones gubernamentales y de encuestas de entidades públicas o privadas a nivel macro.³ También se evidenció un incremento en el interés hacia ciertos términos clave por parte de usuarios de internet, tipificados a nivel Colombia, Latinoamérica y finalmente global.⁴

Señala la OMS que al menos una de cada ocho personas sufre de algún tipo de trastorno mental. Indica además que los trastornos más recurrentes que se pueden identificar son la ansiedad y la depresión. Tendríamos ya una primera imagen de la situación en materia de salud mental.

A pesar de lo anterior, comprender la problemática en general no pasa solamente por enunciar las cifras ya existentes en esta materia. La OMS presentó una valoración que problematiza y permite comprender una de las respuestas a el por qué los usuarios de internet

³ Según Ipsos Global Health Service Monitor 2023, la Salud Mental se posicionó como la principal causa de preocupación en los 31 países encuestados (entre ellos Colombia) por encima del Cáncer, la Obesidad y el Abuso de Drogas.

⁴ Según Google Trends, en Colombia, antes de la pandemia por COVID 19, la media de búsquedas de usuarios para el término «ansiedad» fue de 47 búsquedas diarias, mientras que para 2021 fue de 91 búsquedas diarias

han masificado un tipo de contenido apelando a estos términos y significados. Indica la OMS sobre la atención que se da a nivel mundial de estos trastornos mentales. Señala que:

Además de ser generalizados y costosos, los trastornos mentales están gravemente desatendidos. Los sistemas de salud mental adolecen en todo el mundo de importantes deficiencias y desequilibrios en materia de información e investigación, gobernanza, recursos y servicios. (2022, p. 4)

Las condiciones sociales de cada Estado miembro de la OMS se enfrentan a un desafío de desarrollar un sistema de salud que atienda las necesidades en materia de salud mental y dar paso a nuevas formas de lidiar con los trastornos que las personas padecen. Porque, incluso en los sitios donde es más favorable el acceso a este tipo de servicios, esto no significa que las personas deseen acceder a ellos. Apunta la OMS (2022) en su informe que «varios factores impiden que las personas busquen ayuda para sus trastornos mentales, como la mala calidad de los servicios, los bajos niveles de conocimientos sobre salud mental, y sobretudo la estigmatización y discriminación» (p. 4). Conviene además mencionar que sobre los trastornos que cada persona padece, también hay un elemento de elección racional —además de influencias culturales y sociales— de cómo se va a lidiar con estos. Esto mismo lo señala la OMS al decir que “A menudo, las personas optarán por sufrir un malestar mental sin alivio antes que arriesgarse a la discriminación y el ostracismo que conlleva el acceso a los servicios de salud mental.” (2022, p. 4). Quienes se enfrentan a estos problemas optan por sufrir el malestar antes que arriesgarse a la discriminación o atenderlo con asistencia cualificada para este tipo de trastornos.

Cotidianidad de las redes sociales

Desde hace ya un par de décadas se ha implementado a la vida de las personas el internet en sus vidas, lo cual representó entre otras cosas una nueva forma de interacción social que se acentuó definitivamente con las redes sociales como principal espacio para relacionarse. Sin embargo, fue el éxito del *Smartphone* o celular inteligente lo que podríamos decir hizo de la interacción por internet parte de una verdadera cotidianidad de las personas.⁵

⁶ Esta implementación de dispositivos que no solo se usan en espacios determinados para su uso —como es el caso de los computadores— sino que pueden ser usados en casi cualquier

⁵ En Colombia (2023) cada ciudadano posee 1,2 celulares. Lo que quiere decir que hay, en promedio, 65,75 millones de teléfonos móviles para un total de 51,39 millones de colombianos. Global Overview Report 2023

⁶ 6 horas y 37 minutos es el tiempo diario promedio que pasan en internet los internautas de todo el mundo en el tercer trimestre de 2022, revela el estudio "Digital 2023: Global Overview Report" publicado por DataReportal. Estadista. 2023

espacio, permiten que esta nueva forma de “socialización” sea continua y que se pudiese hablar de que el uso de estos dispositivos e internet es parte de la vida de las personas, o al menos en los países y ciudades con acceso a estos.⁷

Las redes sociales como una de las principales formas de socialización o espacio donde usuarios interactúan entre sí —tanto directamente por chats privados como a través de publicaciones, comentarios— han sido un espacio donde se difunden todo tipo de opiniones, gustos, sentimientos, conocimientos, entre otras cosas que competen a sociedades de culturas similares o distintas.⁸ Si bien, varias de estas cumplen con el fin de conectar la interacción privada por chat entre usuarios, la mayoría de estas redes cuentan con una página principal, *feedback* o contenido primario que suele ser público o para un público amplio, es decir, que si bien el usuario de redes sociales tendrá la potestad de acceder a chats privados o no, el *feedback* o página principal de publicaciones es algo “obligatorio”, es la función principal de algunas de estas redes, o su contenido más consumido. De esta manera, por ejemplo, 3 de las 4 redes sociales más usadas a nivel global tienen como principal uso el de compartir contenido, es decir, no comunicación directa privada.⁹

Esta particularidad de estas redes es entonces el interés de carácter social o cultural antes que uno privado o de ganancia cuando se trata de tendencias, pues, estas son generadas por los usuarios, no las puede imponer adrede un actor simplemente; los reportes presentados por *Meta* —nombre de la compañía dueña de Instagram y Facebook— a la fecha de 2021, han determinado que, el contenido más visto en estas redes es el que comparten “amigos” o “seguidores” (denominación de usuarios que se agregan o siguen entre sí), es decir, no necesariamente contenido generado por grandes capitales o compañías en busca de ideas lucrativas o publicidad, sino entre lo que los mismos usuarios deciden publicar y/o

⁷ En el tercer trimestre de 2022, el Digital 2023: Global Overview Report encontró que 92,3% de los usuarios de Internet totales en el mundo son usuarios de redes sociales.

En Colombia, 3 horas y 32 minutos es el tiempo diario promedio que pasaron los colombianos haciendo uso de redes sociales para enero de 2023.

⁸ Había 38,45 millones de usuarios de redes sociales en Colombia para enero de 2023. DataReportal. (2023). Digital 2023 Colombia

⁹ En millones de usuarios, Facebook (2958), YouTube (2514), WhatsApp (2000) e Instagram (2000) son las 4 redes sociales con más cantidad de usuarios en el mundo. DataReportal, 2023

En Colombia, de igual forma, Facebook e Instagram figuran como 2 de las 3 redes sociales más utilizadas por los usuarios. DataReportal, 2023.

compartir.¹⁰ Lo anterior permite identificar que el tipo de contenidos que se pueden masificar corresponden a publicaciones contextuales de los usuarios y no publicidad, opiniones o situaciones ajenas a la cotidianidad de quienes se encuentran “habitando” estas redes.

El problema de las redes sociales al abordar los trastornos mentales

En Agosto de 2019, el diario ecuatoriano El Universo publicó un artículo de prensa titulado “Memes y la depre, el nuevo humor de las redes sociales”, allí, a partir de un suceso local en que una usuario universitaria publicó a través de su Instagram contenido humorístico referente a cómo su vida estaba llena de ansiedad, depresión, inestabilidad emocional, acompañada de un “me quiero morir” como comentario a la publicación, el artículo, partiendo de opiniones de profesionales de la salud mental buscaba analizar el uso de estos trastornos como forma humorística. Si bien, y como indica el artículo en un comienzo, usualmente las personas llaman “depresión” de manera errónea a un estado de tristeza normalmente temporal, el artículo indaga también en una posible distorsión que estaría generando este tipo de contenido con respecto a una serie de condiciones mentales que ya no solo son preocupantes a nivel individual, sino a niveles sociales como de salud pública.

Artículos de este tipo no son escasos y se han venido publicando desde al menos el 2017.¹¹ Algunos incluso con respaldo en estudios sobre los memes y su impacto en la salud mental en revistas científicas, como también artículos de opinión por parte de diarios y prensa con respecto a una tendencia global de usuarios de internet acerca del abordaje humorístico sobre la depresión, ansiedad, tendencias suicidas, entre otras. En Noviembre de 2021 el diario El País de España publicó un artículo titulado “La Cuenta de Instagram que hace humor de la Ansiedad”, allí, además de entrevistar a quien manejaba una cuenta con cientos de miles de interacciones diarias, se reportaba acerca de la aceptación y difusión que estaba teniendo este tipo de contenido al menos a partir de las interacciones de esta cuenta, de público hispanohablante; público que además se sentía lo suficientemente cómodo con ese contenido para no solo interactuar con él, sino publicarlo y mantener un contacto continuo con la cuenta.

No parece ser cuestión de un único público hispanohablante el auge de este tipo de contenido, ni una mera preocupación de la prensa, o así lo han demostrado reportajes

¹⁰ La mayoría (57%) de las publicaciones que las personas ven proviene de sus familiares y amigos. Este informe muestra los tipos de publicaciones y Páginas que son ampliamente visualizadas. Muchas de ellas se enfocan en mascotas, cocina, familia y contenido viral empático. (Widely Viewed Content Report, Meta. 2021)

¹¹ Uno de los primeros registros abiertos a todo público de manera gratuita y en español encontrados fue el artículo del diario argentino Infobae: Cómo los 'memes' enseñan a los millennials a hablar sobre su salud mental. Infobae, 2017.

periodísticos que también han profundizado al respecto; el diario universitario Mustang News de Estados Unidos realizó en diciembre de 2018 un reportaje titulado “Depression Memes; Is this dark style of humor helping or hurting new generations?”.¹² En este artículo, además de en un primer momento describir los memes y/o formas más comunes de memes sobre trastornos mentales, se ponía en discusión el uso de este tipo de contenido, tanto entendiendo si esta nueva forma de expresión pudiese ayudar a usuarios a no sentirse solos, excluidos o estigmatizados al padecer estas condiciones, como por el otro lado, si pudiese estar generando una, en palabras del artículo, “romantización” con respecto a severas enfermedades como lo puede ser la depresión.

En enero de 2020, la revista de ciencias naturales, psicología y medicina *Scientific Reports* publicó un estudio realizado en el Reino Unido¹³ sobre las consecuencias del uso de *depressive internet memes* en estudiantes con y sin síntomas significativos de depresión y ansiedad, esto con el fin de comparar y determinar alteraciones emocionales que podrían estar siendo generadas por el sometimiento diario de los estudiantes a memes u contenido humorístico sobre depresión, ansiedad, y padecimientos mentales afines. El estudio, sin ser su objetivo general, identificó una serie de memes cuyo elemento principal era el de enunciar o darle alguna connotación humorística, familiar, pero, sobre todo, cotidiana, al padecimiento de condiciones y trastornos mentales tales como ansiedad, depresión, ideación suicida, entre otros, a través de memes. Estos mismos fueron utilizados para evaluar a los sujetos de estudio.

El estudio concluyó que estos memes sirvieron como herramienta de expresión, sobre todo para quienes padecían síntomas significativos de depresión, es decir, los estudiantes con estos síntomas tenían respuestas positivas cuando leían o escuchaban (memes en video) sobre algún padecimiento que pudiese resultarles familiar o cercano; estos memes facilitaron una experiencia negativa o no deseada por parte de estos estudiantes al ser capaces de reconocer sus condiciones mentales.

Sin embargo, el desafío se encuentra también a nivel de las ciencias sociales, y es que recordando dos de las alertas emitidas por la OMS, personas vulnerables o propensas al

¹² Memes depresivos, ¿Está este oscuro sentido del humor ayudando o lastimando a las nuevas generaciones?

¹³ De mano del Departamento de Psicología, Sociología y Ciencia Política de la Universidad de Sheffield Hallam, el Departamento de Neurociencias Clínicas de la Universidad de Oxford y el Departamento de Psicología de la Universidad Northumbria

padecimiento de estas condiciones podrían o no contar con un sistema de salud adecuado que atienda de manera coherente y continua su salud mental, o bien, que exista una condición, discriminación o situación no directa que esté influyendo en que, personas que ya presentan síntomas de ansiedad, depresión u otras situaciones relacionadas con su salud mental decidan no acudir a profesionales de la salud sino acudir a otros medios como una respuesta, así no atiendan directamente ni sus síntomas ni sus causas. Es en esto último en donde una masificación de este tipo de contenido (memes) podría estar generando problemas, que, como ya se vio, generó controversia a nivel prensa y academia de distintos países.

Abordando la depresión y los problemas desde el humor

Lo anterior permite alcanzar el último elemento para comprender este planteamiento. Para ello se retoma a Chateau (2020) y el rastreo que realizó sobre este tipo de memes, «*depression memes*» en inglés, en su artículo para la revista académica *M/C Journal: Irony, Memes and Risk in Internet Depression Culture*.¹⁴ Allí, comparó desde otra tendencia de internet que, según la autora, sería una tendencia contraria a los memes sobre depresión y ansiedad, el denominado por Freitas (2017) *Happiness Effect*, un fenómeno de redes sociales identificado como otra representación colectiva masificada de emociones comunes emitidas por usuarios en redes sociales. Este último también es útil para el presente, pues permitirá partir para comparar el fenómeno de los memes sobre depresión. El *Happiness Effect* es un fenómeno de redes sociales, identificó Freitas, al hacer encuestas a larga escala y entrevistas a estudiantes en 13 campus de “colleges” a lo largo de Oxford y el Reino Unido. Esta tendencia se imponía con la idea de que en las redes sociales se debería compartir el contenido que haga alusión a momentos y emociones positivas, o, en otras palabras, que lo que es socialmente deseable sería publicar, comentar y denotar socialmente unas emociones o actividades sobre otras: viajes, comidas, experiencias, opiniones, sensaciones. Por ello, argumenta y desarrolla Chateau, los memes depresivos se opondrían de manera directa a esta tendencia, pero claro, contaría con componentes similares, donde se reivindicarían unas prácticas por sobre otras, agrupando además a una comunidad que, a priori, lejos de querer demostrar sensaciones positivas forzosas, exteriorizarían ciertas emociones y prácticas negativas “valiéndose de la ironía” (según Chateau) y otro tipo de significados que se describirán con mayor amplitud a medida que se desarrolle este trabajo sobre este fenómeno tan particular de redes sociales.

¹⁴ Ironía, Memes y los riesgos en una cultura de depresión en internet. Chateau, L. 2020.

- **Estado del Arte**

Para la búsqueda de antecedentes, se contó con una búsqueda de fuentes secundarias en las bases de datos Google Scholar, Academic Search Ultimate, EBSCO. En la búsqueda se hizo uso de las consultas «memes» «depresión + memes» «ansiedad + memes» «memes + internet» «memes + salud mental» «Memes + Funcionamiento» con un rango de temporalidad abierta para el correcto rastreo de la evolución de un fenómeno contemporáneo, por lo cual, estudios sobre memética clásicos que no correspondían a memes de internet son revisados con fines comparativos y teóricos, pero no son tomados para fundamentar este fenómeno de internet y redes sociales. Se encontraron en primer lugar revisiones y análisis sobre los memes de internet (en general) de manera deductiva, es decir, comprendiendo primeramente su totalidad en internet, rastreos sobre la evolución histórica y función de los memes dentro de las redes sociales a través de sus distintos significados, desde sus categorías y tipificaciones. En un segundo momento, se encontró la consecuencia de la llegada de los memes como fenómeno social y forma de expresión colectiva, o lo que se denominó en la presente, su complejización; la aparición de comunidades en la red que compartieron un sentido, la construcción de una y varias culturas en la red más allá de los contextos nacionales, con la aparición de signos, expresiones lingüísticas, entre otras, y la diferenciación entre las anteriores, es decir, el funcionamiento de los memes como forma de expresión local y global. Finalmente, con el propósito de explicar a profundidad lo anterior, se encontraron los análisis respectivos a la viralización o auge de fenómenos de internet y memes como herramienta de replicación masiva de estos en redes sociales, en donde el enfoque principal va a corresponder a un criterio teórico de *identidad*, además de otros apartados de redes sociales sobre la viralización o generación de tendencias; que va desde donde surge el contenido, qué propiedades lo convierten más probable de ser replicado a gran o pequeña escala, tanto local como global, además de quiénes permiten o no que sea viral, quiénes lo comparte y hasta donde se recibe, entre otras cosas, detalladas posteriormente. La categoría memes + depresión, ansiedad y otros trastornos mentales fue desarrollada en menor medida, por lo que, la revisión intenta comparar la forma en que memes de otros tópicos comparten similitudes con este fenómeno reciente.

La emocionalidad del meme

El estudio sobre el fenómeno de los memes de internet ha sido ampliamente abordado en su mayoría con un enfoque específico o particular, o lo que es lo mismo, fenómenos sobre distintas clases de memes en función de un contexto o espacio tiempo; memes en política,

género, pandemia y demás contextos y enfoques investigativos que a medida que convenía se fueron desarrollando según correspondieron.

Lo primero a resaltar, para posteriormente descomponer en segmentos, serían los hallazgos sobre la función social que habría o han cumplido los memes desde su concepción más básica, o lo que es lo mismo, de qué formas los memes han existido a nivel macro y funcionado a medida que también se van complejizando u adaptando a unas realidades sociales cada vez más acostumbradas a ellos.

Uno de los principales esbozos a gran escala sobre los memes, el trabajo de Muñoz: *El meme como evolución de los medios de expresión social*, presenta un particular abordaje sobre cómo la evolución de los memes de internet se rastrea desde la manera “primitiva” en que estos se han ido llenando de significado social o ido complejizando a partir de unos memes prototipo o principales que tenían mensajes emocionalmente directos y simples, o bien, que describían una situación reconocible para sociedades globales. Muñoz presenta un primer momento en donde los memes más allá de su contexto cultural particular pueden ser identificados y ser entendidos por cualquier usuario que por medio de internet pudiese acceder a ellos.

Estas primeras nociones de memes son parte de una subcategoría llamada Rage Faces, las cuales eran empleadas para narrar historias a través de viñetas o Rage Comics. Estas historietas de 4 o 6 cuadros ilustraban chistes o anécdotas de forma breve, graciosa y simple de entender por medio de expresiones faciales estandarizadas e incorporadas en el lenguaje común con los receptores. (Muñoz, 2014. p. 23)

Ejemplo 1



fuelle: www.9gag.com

Casi como con el arte rupestre al ser humano, cuando una nueva práctica o modo de expresión social mediada por la interacción con un signo se empieza a implementar en una

sociedad, esta práctica parte de una forma simple o reconocible a simple vista para cumplir su fin más explícito.¹⁵ En el contexto particular, se vendría a entender desde prácticas reconocibles por quienes comparten hábitos culturales cuasi globales, al menos en un contexto globalizado contemporáneo. El fin de estos memes, en un primer momento fue un tipo de comunicación entretenida que espera que el receptor comprenda su sentido y emocionalidad directamente en la imagen y texto. Para este caso, los memes de viñetas terminaban con una intención de sensación, fuese de satisfacción, frustración, entre otras, sin apelar a ideas muy elaboradas, los usuarios que los vieron sentían lo que el meme quería hacer sentir. Muñoz los tipificó en 4 grupos que agruparon casi la totalidad de estos.¹⁶

En una periodización similar, se encontró, se masificaba otro tipo de memes, que mantenían patrones similares al anterior tipo de memes, es decir, también apelaban a un componente emocional directo, sin embargo, este poseía otras características. Así, en primer lugar, estos requerían un primer momento de “alfabetización digital” (como lo llamaré González) para que el usuario supiese lo que la imagen quería representar, además, estos no existían meramente en función de unas 4 tipificaciones, sino que ya se empezaban a identificar situaciones contextualizadas algo más entradas en una cotidianidad, que seguía siendo emocional, pero necesitaba un carácter más complejo. Retomando lo de la alfabetización, la creación del mismo meme contenía un sentido que dejaba de ser meramente explícito en una imagen, para necesitar ser aprendida previamente al haber visto memes similares con la misma imagen, así, identificando meramente la imagen, se reconocía el tipo de humor o contenido que el meme quería dar sentido.

Ejemplo 2



¹⁵ Los primeros memes, como el arte rupestre, tienen una función explícita de significado, uno representaba a un animal, los otros representaron una situación que en una cultura global es compartida como algo cotidiano, meramente cómico o emocional, como es el caso del ejemplo 1

¹⁶ Tipificó memes de sensación de satisfacción, de frustración, de enojo, de soledad. (Muñoz, 2014)

Fuente: <https://actualidad.rt.com/sociedad/162884-brian-mala-suerte-historia-hombre-meme>

El anterior, representa un sentido construido en el que el total de su “expresionalidad” no está comprendido en la imagen.¹⁷ Así, Muñoz distinguió diferentes categorías de memes ya no solo desde su contenido, qué fue lo que anteriormente abordó, sino tomando en cuenta el formato o primer sentido que presenta un emisor o autor en este caso: Se distingue principalmente entre los memes con un sentido compartido en una comunidad, a los memes creados para ser entendidos sin necesariamente contar con una participación directa (alteración burlesca de fotos o edición de imágenes, referencias a la cultura popular de forma humorística o bien como en el ejemplo 1, donde todos los elementos para que el meme funcione se encuentran allí plasmados)

Se evidenció además que, si bien un meme ya complejizado hoy en día aborda una temática cualquiera, política, salud mental, género, bullying, resulta relevante que la característica del meme de internet para ser meme (al menos desde la construcción socialmente comprendida como meme en internet) desde sus inicios debió ser atendido bajo la intención humorística o emocional antes que la racional.¹⁸ Si bien algunos estudios podrían defender a cualquier tipo de imágenes informativas como memes, lo cierto es que la forma en que popularmente se conoce como meme debe ser diferenciado de otro tipo de contenido de internet y/o redes sociales, lo que es contenido informativo, divulgativo, publicitario.

Este factor del humor, retomándolo como aspecto directamente a destacar de la inmensa mayoría de los memes de internet, resulta sumamente relevante ya no solo para su difusión sino también para la justificación que puede llegar a tener con respecto al sentido generado por la comunidad y relación emisor(es) - receptor(es). El anterior es retomado también por González en *Memes Virales (2019)*, en donde al ubicar el papel del humor, se encontró que pueden estos tender a dos contextos:

Un último aspecto para considerar sobre el humor es que éste depende de la cultura, y se relaciona con símbolos, estereotipos y códigos específicos de un lugar y

¹⁷ En el ejemplo 2, esta imagen representaba un tipo de memes que significaban «personaje que tiene «mala suerte» ahí se encontraba el componente humorístico. Fue en su replicación en la que se encontraba el sentido, no en una imagen de alguien que parece tener cara de mala suerte, pues esta no cuenta con esa explicación de manera explícita, sólo al conocer previamente el contenido se entendía toda la intención del emisor al crearlo

¹⁸ En este sentido, Huntington (2013) propone que una parte del éxito de los memes proviene de su naturaleza subversiva y humorística.

una época (Shifman, 2007). Esta referencia cultural hace que no siempre sea fácil de entender en un contexto global, a menos que se nutra de símbolos de la cultura pop más global. Por esta razón, el humor detrás de los memes se debe interpretar en el contexto de un evento y un momento específicos, para aclarar su significado cultural. (González, “et al”., 2019, p. 586)

El espacio-tiempo que habita el meme

Otro de los acercamientos más relevantes vendría siendo compartido también con lo identificado por Shifman en “*Memes in a Digital World*”, esto vendría relacionado directamente con lo que en su uso mayoritario un meme con sentido viene a representar y se suele convertir, y es que, la esencia del meme con sentido es que funciona como vehículo (a través de su formato imagen, video, GIF, etc.) de una idea o una serie de ideas que serán expresadas por los usuarios: “*Ambos elementos, idea y vehículo son inseparables*” (González, “et al”., 2019. p. 584).

Otro factor que se encontró funciona como una de las principales causas que permitieron una globalización de los memes fue el asentamiento de comunidades meramente de internet en unos espacios virtuales para la difusión masiva de memes y la interacción entre estos usuarios consumidores de este tipo contenido. Las redes sociales sirvieron como espacios perfectos para la creación de páginas y grupos en donde uno o varios usuarios comenzaron a publicar, compartir y replicar este contenido.

Esta especialización de contenido por sectores, países, regiones, o establecimientos como colegios y universidades, posee diversas utilidades al usarse como método de organización, congregación, información, creando un lenguaje único comprendido por dicha comunidad. (Muñoz, C. 2014)

Destaca Muñoz que, si bien existen comunidades con el fin de ser meramente nacionales, en su mayoría el contenido terminaba siendo aprendido por usuarios de otros contextos que compartían un mismo sentido, o lo suficientemente similar para poder ser comprendido y llevado a expandirse en otra región. Esto, en un primer momento, gracias a que el espacio que logra ser una red social, se habita de manera no local, si bien, las interacciones entre usuarios “amigos, conocidos o seguidores” suele ser de una misma región, estos no son impedidos de acceder a otro tipo de contenido, sobre todo si se trata de memes o ideas en un idioma en el cual comprendan, pero sobre todo, y como bien Shiffman hacía énfasis, en un sentido que es compartido, global, una serie de ideas o contextos que aunque

varíen ligeramente, el meme sobre una idea o serie de ideas que son compartidas por varias sociedades locales se impone a pesar de las barreras espaciales y regionales.

Lo anterior no debe ser confundido con que los usuarios que no pertenecen a comunidades virtuales sobre memes no participan ni comprenden el sentido contextual que los memes presuponen. Sin embargo, estas comunidades sirvieron como forma explícita de compartir contenido sobre una realidad histórica y social, tanto local como global en un periodo en el que aún los memes eran solo parte de espacios meramente exclusivos para compartir memes.

Viralización e Identidad

El siguiente apartado corresponde a lo que se encontró sobre los distintos factores que permitieron que un meme pudiese cumplir con esta función tan importante de ser replicado y compartido masivamente, y junto con esto, la construcción de una identidad individual y social a partir de la conformación de nuevos fenómenos de distintos tópicos. Lo anterior, se ha adoptado en internet bajo el término “viralización” de un contenido, sirve como una metáfora tomada de la biología.¹⁹ Explica Chamorro (2014): “Cuando un contenido en internet se difunde de manera que los mismos usuarios lo compartan, haciendo una expansión exponencial, se le denomina “viralización”, a modo de metáfora que nace a partir de la naturaleza de los virus.” (p. 50)

Esta viralización permitió que un contenido mucho más complejo cargado de identidad, contextos, emociones “simples” (risa, tristeza, enojo) relacionado con ideas, hechos sociales, imaginarios, pudiese tener el impacto a día de hoy y que se pueda hablar de “memes de ideología de género, memes de política o memes de la pandemia” etc., pues, recordemos que “No todos los memes son igual de complejos en su estructura, ni tienen el mismo nivel de contribución creativa, ni responden a un mismo objetivo comunicativo.” (González, 2019, p. 585)

¹⁹ Los virus entran en el núcleo de unas células específicas, modificando los cromosomas e instalando los suyos, que sirven como plantilla para que se produzcan más copias del virus. Son entidades que portan información. Se infiltran en unidades más densas como las células, para modificar su código genético y hacerlas funcionar según las instrucciones del invasor. La definición que los ecólogos e infectólogos usan, es precisamente de unidades informativas que utilizan la maquinaria de un hospedero para hacer réplicas de unidades de información, que es casi la definición de meme”, comenta el profesor Chnaiderman, respecto a la naturaleza del virus. (Chamorro, 2014. p. 50)

Identificó González que, para la correcta difusión de un contenido socialmente relevante, o según los casos que se evaluaron en el artículo de González, se evidencia primero que la construcción del mismo contenía un componente común, la cultura popular o productos culturales provenientes de una industria cultural exitosa y el acceso a no solo estos medios de difusión de memes sino a todas las herramientas tecnológicas de consumo a disposición sobre la cultura popular:

La construcción de memes a partir de símbolos previos compartidos de la cultura popular requiere de una alfabetización digital sofisticada (Martínez, 2018) que no había sido posible en conversaciones políticas previas (Figuroa Daza & González Hernández, 2014), pero que sí son posible hoy en día por una mayor experiencia en la producción de contenidos y el acceso a las tecnologías necesarias para llevarlo a cabo. (González, 2019)

De igual manera, en segundo lugar, se identifica la legitimidad que debe tener el emisor(es) para que un contenido x sea replicado y compartido. Si bien, como se vio, el contenido tiene que pasar ese primer filtro de “alfabetización digital sofisticada”, también debe ser socialmente aceptado de alguna manera para que cumpla un carácter de difusión social y reconocimiento; un filtro previo que supone en las redes sociales es el mero hecho de ser visto, o estar en el *feedback* de la red, es decir, que el usuario pueda acceder a este. González evidenció que para que se comience a difundir a un nivel amplio un meme se debe tener en cuenta la capacidad de difusión del autor. Si bien, anteriormente se encontró que el contenido más compartido suele ser por usuarios individuales, estos deben contar con el que denominaron Gohar y Vong “capital social digital”, que estaría relacionado con una serie de capacidades con las que algunos usuarios gozan, generalmente rastreado a partir de una base de seguidores sólida. Entonces, aquí es donde se retoman las comunidades de internet, y con ellas, creadores de memes que, aunque su usual relación con los usuarios no es la de ser reconocido como usuario, se da por sentado que su contenido será visto, ya quedará en un siguiente filtro la difusión que se le dará. “Como en el ejemplo de la Campaña 08 de Obama, donde el capital digital del candidato ascendía a 4 millones de seguidores que replicaban sus mensajes en redes (Cogburn & Espinoza-Vásquez, 2011).” En conclusión, sobre este apartado se presentaría una relación casi que condicional en donde el tipo de contenido pasa a ser valorado, pero este solo tendrá una gran visibilidad si ciertos usuarios con ciertos intereses los replican. (nuevamente recordar, estos contenidos generalmente no están

representados por grandes corporaciones o contenido publicitario como se evidenció anteriormente en las estadísticas presentadas por Meta).

Sin embargo, ocurre también otra peculiaridad con respecto al contenido que se muestra; si bien es cierto que, la probabilidad de que un meme sea replicado aumenta en cuanto este o estos sean producidos por usuarios con mayor alcance, también se encontró que el contenido en sí mismo compite por sí solo, en otras palabras, que no significa que cualquier tipo de meme será viralizado de la misma manera simplemente si un autor particular le da visibilidad. La viralización del contenido puede verse sometida a factores que son señalados a continuación:

(a) la cantidad de contenido aumenta la selección y disminuye la oportunidad de lograr la atención (atención selectiva). Y, (b) los usuarios buscan ávidamente contenidos nuevos, por lo que la cantidad de contenidos publicados está inversamente relacionada con la duración de una publicación (Cha, Rodríguez, Ahn & Moon, 2007). Esto implica que los creadores de memes muy activos pueden competir contra sí mismos, y reducir en consecuencia el impacto de sus publicaciones (González, 2019, p. 588)

De esta manera, se evidencia que la viralización no depende enteramente de los usuarios emisores en cuanto el contenido debe contar con ciertas características, ya no solo de contexto espacial y social, sino de la manera en que se replica un contenido.

La viralización o impacto de un meme (y de su tipo de contenido) se ha ido midiendo desde la llegada de estos a redes sociales con los distintos tipos de interacciones y/o formas en que los usuarios adoptan algo de los mismos memes para replicarlos. Señala González que cuando un usuario recibe contenido, la cantidad de interacciones previas con las que cuenta este contenido va a jugar un papel determinante en este efecto de “contagio social” como lo denomina, no simplemente para dar validación o me gusta (*like*), sino para hacer una participación “activa” en la que se involucra directamente, sea comentando o incluso creando un contenido propio a partir del anterior. Por lo tanto, es capaz de diferenciar el compromiso que se tiene con un contenido por parte de usuarios de la viralización de un tipo de

contenido.²⁰ En otras palabras, que es diferente que una publicación sea viral a que un tipo de contenido se haga viral

Por lo tanto, el compromiso es una medida del comportamiento del usuario, que evalúa el nivel de conexión del usuario con el contenido y con el resto de los usuarios de esa comunidad (Alhabash & McAlister, 2014). Mientras que la viralidad es una condición previa para lograr el compromiso de los usuarios con el contenido, y muestra un primer paso en esta conexión con los otros expresando al mismo tiempo una reacción emocional explícita, o incluso una evaluación actitudinal del mensaje, a través de un like o un share. (2019, p. 589)

La viralización no es el factor último, si bien esto comprende una amplia cantidad de público, no se trata solamente de que hay un contenido que está siendo identificado masivamente, o viralizándose, sino que existe un contenido con sentido, brindado además de una identidad compartida basada en una forma de expresión social y cultural sustentada en ideas que van más allá de un plano humorístico. Este contenido, se encontró, cuenta con influencias compartidas por usuarios de manera externa (referencias a la industria cultural de innombrables productos y servicios de los cuales los usuarios son conocedores) pero cuenta también con una construcción de redes de significados culturales representativos, que además ya no de un solo espacio-tiempo local, sino también ubicado en un “nuevo” campo espacial, internet. En conclusión, los usuarios traen consigo elementos de sus respectivos contextos socio históricos, los cuales son parte fundamental del proceso de interacción en las redes sociales en línea, estos entran en internet desde diferentes representaciones, imágenes, opiniones en texto y video, y, por supuesto, memes. Después, los usuarios habitan nuevamente fuera de la red habiendo interactuado con unas ideas quizás transformadas o adaptadas.

Identidad

Uno de los puntos más importantes encontrados al respecto de lo investigado y teorizado con respecto al funcionamiento de los memes como vehículos de ideas culturales fue el componente ya mencionado que tienen las ideas, lo que las convierte lo suficientemente legítimas para viralizarse; la identidad que los usuarios puedan generar a partir de ellas. Utilizando los rasgos conceptuales de Castells sobre la identidad en la Sociedad Red,

²⁰ O lo que es lo mismo, que una publicación cuente con millones de interacciones no significaría directamente que un contenido es “viral”, sino más bien, que hay un compromiso de el o los usuarios.

Henríquez (2020) analizó cómo en la “red” se moldean las narrativas individuales de los usuarios, forjando una o varias identidades con “sentido”:

Surge la idea de nuevas identidades en la sociedad red, que es definida como el «proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o a un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido» (Castells, 2001, p. 28). En pocas palabras, las identidades en internet son fuente de sentido para un individuo cuyo recurso proviene esencialmente de la cultura en la cual se encuentra inmerso y que al final de cuentas le otorga sentido a su acción individual. (Henríquez, 2020, p. 31)

Se encuentra, de igual manera, que este proceso del desarrollo de la identidad —o más bien del reconocimiento y práctica de la misma— está situado en un periodo histórico de fragmentación de la interacción humana, un periodo con interacciones más cambiantes que nunca. Esta “crisis de la categoría de identidad” está meramente ligada a las formas sobre las cuales distintos usuarios entrando a relacionarse y comprender el mundo a través de interacciones virtuales y no del todo estandarizadas aprenden a asumir distintos roles acordes a distintos medios en los que se mueven, tanto virtuales como físicos resignificados.

Continuando con respecto a esta transformación o adaptación de la identidad, Henríquez (2020) planteó las identidades en la red como elecciones racionales que van a moldear un primer entendimiento del espacio por parte del usuario, es decir, una forma de apropiación o de habitar el espacio virtual, el cual tendrá unos componentes culturales basados en cómo el usuario decide habitarlo. De igual manera, en “*Internet como marco de comunicación e interacción social*” Moral (2009) presentó una suerte de reglas que determinan la elección o participación de la interacción de los usuarios en la red.²¹ Lo que presenta Henríquez es una serie de elecciones que manifiestan los usuarios sobre lo que asumen o no será su identidad sobre un fenómeno, características que en la vida fuera de internet no pueden ser omitidas.

En las redes sociales, los rasgos heredados (como la nacionalidad, el sexo, la raza, etc.) resultan menos visibles, mientras que los rasgos adquiridos (formas de comunicación y de relacionarse) se mantienen, aunque con variaciones en la interfaz (se crean marcadores de identidad, jergas, etc.) y los rasgos personales se fragmentan

²¹ Destacando además el anonimato como factor de ofrecimiento del internet al usuario. (Moral, F. 2009. p. 232)

de forma mucho más evidente, ya que el individuo puede asumir múltiples identidades virtuales que se agregan, superponen o reemplazan a la identidad física. (Henríquez, 2020, p. 39)

De esto concluye además que, ya que en internet generalmente no se está teniendo en cuenta la procedencia étnica para la conformación de una identidad, a no ser de contar con un fin político o estar inmerso en una comunidad particular como se evidenció anteriormente, el vínculo que va a unir estas identidades culturales, no va a ser solo a partir de relacionarse directamente con ideas, sino que se va a formar a partir de otros signos más complejos. Francisco Yus, en “*Cyberpragmatics: Internet-mediated communication in context*” señala que las comunidades virtuales tienen un tipo de unión o lazo sobre compartir, socialmente, ciertos tipos de información, creencias y/o intereses, el “vínculo de ser consciente de compartir un determinado entorno cognitivo” (...) (2011). Además, Yus, logra abordar cómo se asienta o termina definiendo una identidad en internet. Identifica un primer desafío en el que el sentido puede surgir de forma ambigua al ser presentado en formato de texto. Si bien los memes cuentan con una imagen alusiva, es generalmente el texto el que dota de sentido al mensaje que busca ser compartido, al menos a los memes que ya entendimos como fenómenos complejizados.

Estos memes, reconoce Yus, cuentan con un discurso que se ha de materializar en tipificaciones ya específicas sobre un tema o sentido; se usan emoticonos, expresiones lingüísticas similares, contenido simbólico, sonidos o contenidos visuales particulares, entre otros. Al respecto, lograría también concluir Henríquez la construcción de esta identidad, destacando la adaptabilidad que puede presentar el usuario al espacio, pero no afirmando que esto deje de ser una identidad legítima o verdadera, ya que, en casos particulares, también haría parte de la identidad de la vida social real del usuario:

La identidad de una comunidad, de igual forma, se construye a partir del intercambio de textos de los usuarios, lo que va construyendo un entorno cognitivo virtual que rige las interacciones dentro del grupo y, por ende, la identidad de los individuos en ese entorno, caracterizadas por «marcadores» que permiten identificar el sentido de pertenencia de los usuarios y de su comunidad, para diferenciarse de otros y así mantener el sentido de sus discursos cohesionados (evitando la ambivalencia). Dicha identidad o imagen asumida en dicha comunidad por un usuario puede ser un agregado o una manifestación completamente diferente de la identidad

que un individuo manifiesta de forma física; no obstante, suele estar anclada de una u otra forma a referentes de la vida física del individuo, referentes que pueden ser o no compartidos con los demás miembros de la comunidad virtual. (Henriquez, 2020, p, 40)

A pesar de existir ciertas identidades culturales, también se ha encontrado que, si bien estas encuentran su espacio para reunirse en línea o difundirse entre usuarios con intereses similares, al igual que fuera de la red, son sancionados cierto tipo de comportamientos, ideas y opiniones que, dependiendo del caso se podrían convertir en toda una identidad dirigida a contrarrestar una posición política, ideológica, etc. Así se identificó desde Castells como “Identidades de Resistencia”, en donde ciertas ideas “hegemónicas” difundidas de manera cuasi viral en internet, generan de igual manera una respuesta “viral”, en algunos casos pueden ser otra serie de ideas, (el discurso tiende a ser en contra de los medios de comunicación masivos, aunque puede ser sobre opiniones legitimadas socialmente en internet). Estas ideas son refutadas a través de la conformación de una oposición, en contra de “Identidades Legitimadoras”, que plantea, se introducen por instituciones dominantes, aunque claro está, esto es parte de la teorización de Manuel Castells. Estas “identidades de resistencia” se encuentran en constante pugna y su territorio serán las redes sociales y sus herramientas, entre otras formas de comunicación, lo serán también los memes, independientemente de cada una de ellas y sus fines.

Como se ha encontrado con anterioridad, las redes sociales en donde los memes representan las ideas como vehículo más comprensible o cotidiano —que lo aborda de una forma agradable y medianamente simplista— están en constante interacción de entrada y salida de información con el mundo afuera de ellas, en donde las formas de interacción también cambian, determinadas por sí mismas.²² La relevancia que los usuarios otorgaron a los contextos compartidos es fundamental, pues permite también comprender cuales son los fenómenos que han sido relevantes para ellos, cuales más o menos que otros, y con lo anterior ser capaz de entender a qué podría estar correspondiendo una viralización de algún tipo, como en este caso, el arreglo a enfermedades y condiciones mentales como forma de expresión .

²² Los memes han causado tal impacto cultural, influyendo también a nivel país, generando un cambio de mentalidad, una especie de memoria colectiva que modifica incluso la forma de hablar de los chilenos, transformando aquellas imágenes en realidad cotidiana a través de la verbalización de expresiones tales como “Forever alone”, “Poker face”, “Friendzone”, “Troleo”, entre otras. (Muñoz, 2014)

En conclusión, de lo encontrado, se tiene que, en primer lugar, que no todo meme es viral, que si bien, la creación del término se usó para describir meramente al que se replica y se transforma en el tiempo con unas máximas, este se ha adaptado, y existen memes que no cumplen la categoría “viral”. Finalmente, que existen memes que terminan haciendo parte de toda una serie de significados compartidos y replicados mientras un momento histórico lo determina —como es el caso de los memes analizados por González sobre debates electorales en un periodo específico o por Dynel en *“La vida de los memes de mascarillas del COVID-19: Un estudio diacrónico del panorama memético durante la pandemia”*. Esta viralización de los memes es la que permite descubrir un fenómeno afín que aborda un contexto situacional particular, ya que este último contenido viral hace parte de una construcción de sentido “memética”, rastreable, sistematizable y analizable.

Objetivos

Objetivo General

- Analizar el uso de “memes depresivos” como herramienta cultural digital, su difusión y recepción en la red social Instagram, entre los años 2020 y 2023.

Objetivos Específicos

- Examinar la formación de los memes de internet como signos a través de su evolución histórica y cultural
- Caracterizar el "contenido depresivo" en las redes sociales en línea como cultura digital y su rol como espacio de mediación en la interacción entre usuarios
- Describir la representación visual a través de los componentes de los "memes depresivos" en la red social Instagram en el periodo 2020-2023, evidenciando la conformación de identidad y representación basada en la imagen

- Metodología

- Paradigma Hermenéutico Interpretativo:

En líneas generales, la presente investigación cuenta con un enfoque interpretativo hermenéutico, este resulta pertinente ya que el fenómeno de los memes depresivos depende en su totalidad de intersubjetividades, culturas y construcciones identitarias interpretables a partir de hechos. Gracias a este enfoque, se logra avanzar más allá de una descripción de los memes, para adentrarse en una comprensión de su significado, sentido, uso y contexto. Es posible evidenciar las intenciones de los creadores, las interpretaciones de los usuarios, el papel de la identidad y las complejas relaciones socioculturales que se dinamizan en su creación y consumo.

Al centrarse en la interpretación y la construcción social, el enfoque hermenéutico entiende a los memes depresivos como objetos no estáticos, que al estar en movimiento se construyen socialmente a través del uso y la interpretación que les dan los usuarios. Elementos como el comportamiento de la identidad, la viralización, la representación y la cultura digital son entendidos a partir de distintos entramados teóricos que funcionan para este enfoque hermenéutico al entender que es dinámico y está directamente relacionado a la subjetividad de los usuarios quienes se encuentran en interacción con éste (la relación objeto-sujeto es fundamental). Se comprende cómo los memes adquieren significado y cómo se relacionan con las estructuras sociales y aspectos culturales globalizados.

El fenómeno de los memes depresivos como su análisis están sujetos a la interpretación a partir de un periodo histórico, unos sujetos en cuestión y conceptos teóricos pertinentes. Por lo anterior, este análisis no pretende limitarlo o formular leyes inmutables, pues se encuentra situado en un espacio-tiempo específico donde la interpretación y análisis se utilizan para la pertinencia contextual. Además de su carácter intersubjetivo y adaptable a las distintas realidades sociales y culturales desde donde se explica el fenómeno, también funciona este enfoque pues se ajusta a un plano social —internet y redes sociales— en donde el comportamiento de los usuarios se construye a través de distintas capas de la interacción social, simbólica, entre otras formas.

Finalmente, la aplicación de este enfoque enriquece la discusión teórica sobre la comunicación en una era digital, la construcción social de la identidad en la cultura digital, la representación y comprensión masiva de la salud mental en las redes sociales.

Enfoque metodológico Mixto:

El enfoque metodológico que se utiliza para la presente investigación es de carácter mixto, pues, cuenta con técnicas de investigación tanto del enfoque metodológico cuantitativo como cualitativo. La primera parte se enfoca en un análisis de contenido de carácter cualitativo a partir de una recolección de fuentes secundarias. Este análisis es posible a partir de unas conceptualizaciones teóricas del fenómeno, además de revisión de fuentes para contextualizar histórica y espacialmente el comportamiento del fenómeno. Por otra parte, también se parte de datos objetivos obtenidos de las fuentes secundarias, en donde el número de interacciones con el fenómeno, y algunos metadatos presentados funcionan como eje articulador del fenómeno. El segundo apartado cuenta con técnicas de investigación de carácter cuantitativo, pues, se realiza un breve análisis de datos a partir de una recolección de fuentes primarias de datos cuantitativos como muestra para una teorización y

aproximación más práctica del fenómeno. Esta muestra permite en primer lugar teorizar a partir de un análisis descriptivo y explicativo, en cuanto se explican, comparan y relacionan variables del fenómeno. Estas técnicas de análisis estadístico resultan pertinentes al presentar un acercamiento más señalable o “preciso” a una red de significaciones, sentidos, signos e identidades complejas como lo son la representación social de las emociones individuales y colectivas en el internet y las redes sociales, puesto que al asignarle valores a los datos y observar el comportamiento de estos se es capaz de identificar tendencias y/o desviaciones.

Para comprender a profundidad las razones detrás de esto, debemos descomponer la ruta metodológica por cada apartado conceptual y temático a desarrollar en el presente, como se hará a continuación.

Ruta metodológica

Para describir un fenómeno de tal complejidad, resulta preciso comprenderlo en un primer acercamiento como una relación de causa y efecto.

I

En este caso, comprender el fenómeno de los memes depresivos en redes sociales requiere conocer el contexto histórico y los detonantes que le dieron origen y forma. En ese sentido, la manera en que nos permitimos identificar los componentes sociales y teóricos que dan paso al éxito del contenido depresivo en las redes sociales se hace a partir de una aproximación contextual, donde, desde una recolección de fuentes secundarias se describe el auge de los memes de internet y luego de otros posibles fenómenos de memes, se rastrea al momento en que esta nueva tendencia se puede empezar a evidenciar.

Lo anterior con fines de cubrir todos los posibles campos que requieran un conocimiento procedimental del fenómeno, pues, los memes depresivos aún siguen siendo memes, y se necesita conocer el contexto al que pertenecen para evidenciar sus comportamientos posteriores. En primer lugar, siendo los memes vehículos de hechos e ideas evidenciados en distintas realidades sociales y culturales locales y globales, la comprensión del fenómeno en un espacio-tiempo permite un mayor alcance a la hora de interpretarlo desde unas teorías respectivas. En segundo lugar, ayuda a establecer las bases de cómo se construyen y difunden narrativas tanto individuales como colectivas en internet con respecto a distintos temas, entre ellos la depresión, ansiedad, salud mental, etc., y, con esto, además, tener bases teóricas más sólidas para el posterior análisis. En tercer lugar, esta contextualización funciona también para determinar las tendencias que se crean en internet y

redes sociales, así como una serie de ideas legítimas o ilegítimas y cómo éstas entre sí pueden ya sea interactuar y convivir o negarse entre sí. Además, a modo de comparación y utilidad para el fenómeno, se usaron hallazgos y teorías de estudios sobre memes en otros fenómenos (memes sobre la Covid-19 o memes sobre política regional).

Esta búsqueda de fuentes secundarias se realizó en las bases de datos Google Scholar, Academic Search Ultimate, EBSCO, JStor y Scielo, y contó con el uso de las consultas «Memes» «Origen + Memes», «Memes + Internet» «Evolución + Memes + Internet». Lo anterior además contó con temporalidad abierta para detectar la evolución de los memes de internet desde su aparición y a través de los años. La revisión logró recolectar artículos, trabajos de grado y papers publicados de acuerdo a los planteamientos previos.

Esta búsqueda permitió además ampliar y estructurar de manera coherente el siguiente apartado de análisis teórico a partir de conceptos sociológicos aplicados al fenómeno de los memes depresivos. Pues, tanto durante la búsqueda de antecedentes como en la búsqueda de contexto histórico se lograron incluir conceptos teóricos y técnicas de análisis utilizadas en estos artículos, trabajos de grado etc., técnicas usadas por distintos autores tanto para reseñar el origen de los memes de internet como de los distintos estudios de aplicación de memes sobre un fenómeno contextual social, local o global.

II

Este segundo apartado presenta un primer elemento de análisis a partir de la elección de artículos de fuentes secundarias con respecto al tipo de contenido en cuestión, es decir, que, una vez entendido el primer elemento «Meme» por separado nos dirigimos a articularlo con su componente clave para el presente trabajo, la composición de «Meme Depresivo».²³ Aquí, se alterna el uso de evidencias presentadas por estudios sobre el uso del contenido depresivo en internet desde distintas perspectivas²⁴ con conceptos teóricos clave que funcionan para explicar el comportamiento del fenómeno. Esto requiere tanto de autores clásicos, cuyos conceptos o teorías son aplicadas al contexto actual, como de autores especializados en el análisis de internet, las distintas culturas de internet, y su funcionamiento

²³ Como se ha evidenciado a lo largo del presente, el término depresivo se toma prestado para simplificar el fenómeno que en su totalidad abarca el contenido de memes que a partir del humor abordaron de manera supuestamente irónica y/o humorística el suicidio, ansiedad, depresión, problemas de salud mental, entre otros.

²⁴ Así como la representación cultural por y para los usuarios de internet

y comportamiento social y cultural. Lo anterior con fin de, primero, dar una perspectiva teórica amplia, y compuesta de elementos que logren explicar el fenómeno de una forma completa. Y segundo, para justificar además que el comportamiento en internet por parte de los usuarios si bien no es igual toma muchos de los hechos y representaciones sociales de la realidad social local y global. Estos hechos deben ser estudiados, atendidos y abordados con la misma seriedad e importancia de los que ocurren por fuera de este espacio digital.

En un segundo momento de igual búsqueda de fuentes secundarias se rastrea a partir de fuentes abiertas la aparición de la preocupación por salud mental como fenómeno problemático a gran escala, tanto vinculada a la pandemia por COVID 19 para la pertinencia temporal del presente trabajo como también el abordaje histórico que ha tenido en los últimos años, con un especial enfoque en el impacto social, el reconocimiento global y/o local de este concepto “salud mental” y sus derivados (depresión, ideación suicida, ansiedad), así como el uso de signos, palabras clave, propaganda, prensa o difusión como un fenómeno con una relevancia contemporánea global, o al menos para 2023.

Para lo anterior, en este caso consiste en revisar bibliografía relacionada con el estado actual de lo escrito acerca de salud mental global, además de la relación que esta podría llegar a tener o no con el internet, sus usos, abordajes, etc. Para lo cual las consultas realizadas fueron «Memes + Salud Mental», «Salud Mental + Global», «OMS + Salud Mental» «Estado + Salud mental» y «Salud Mental + América Latina OR Colombia».

Recolección de Datos Generales

El presente trabajo casi que en su totalidad cuenta con datos y metadatos que a medida que resultan pertinentes son utilizados para evidenciar afirmaciones teóricas, reforzar artículos, contextualizar de manera local los fenómenos a tratar, entre otros. Para lo anterior, los datos recolectados con respecto al internet, el uso de redes sociales, se recurre a tanto medios estadísticos como lo fueron el Digital 2022 Global Overview Report realizado por DataReportal, así como el portal de estadística Statista, entre otros. Estos informes reúnen estadísticas globales y nacionales sobre los usos comunes de internet y redes sociales, además de una descomposición de las formas en que se usan, y es actualizado anualmente. De este modo se puede analizar el comportamiento de esta variable a través de los años y así establecer una relación causal unida a las estadísticas sobre el conocimiento y estado de la salud mental representado, además de lo investigado y teorizado sobre memes en internet y redes sociales.

Los memes depresivos y sus componentes comunes se analizarán a partir de la red social de Instagram, esta red social ha sido seleccionada teniendo en cuenta los siguientes criterios:

En primer lugar, cómo se ha hecho mención previamente, las redes sociales para 2023 cuentan con un número de usuarios de casi el 60% de la población global total (4,76 billones de usuarios). Colombia, por ejemplo, contó con 38.45 millones de usuarios de redes sociales para el mismo año, equivalente al 74% de la población total.²⁵

Al respecto de lo anterior, Instagram, una de las redes sociales más utilizadas a nivel global y local; respectivamente, cuenta con 2 billones de usuarios en el mundo y 20 millones en Colombia, equivalente aproximadamente a un 38% de la población total de ese país. Además, es la red social que reúne la mayoría del promedio etario de usuarios de internet:

Entre 18 y 34 años de edad se encuentra el 56.6% de los usuarios de internet a nivel global según Statista para 2021. Según DataReportal, en este mismo rango de edad se encuentra el 61.6% del total de usuarios de Instagram. Si se presta atención, este es el mismo grupo etario identificado por la Procuraduría General de la Nación en los datos de suicidios a nivel Colombia 2023. Por lo que, Instagram reúne a la misma población “joven” que, como se vio en la problematización, es vulnerable a problemas de salud mental, así como de estar en esta red social en su mayoría.

En segundo lugar, y teniendo en cuenta los datos anteriormente presentados, se recogió la muestra en la red social de Instagram debido a que, a diferencia de las otras redes sociales más utilizadas a nivel Global y Local (Colombia); la imagen es el elemento central de la comunicación de este medio. A diferencia de otras redes sociales donde se hace uso de textos y otras formas de comunicación, el elemento principal de Instagram siempre ha sido de carácter visual, pues, por ejemplo, no se puede hacer una publicación exenta de una imagen, al menos en las proporciones entendidas como imagen. Además, como se verá, esto resulta fundamentalmente útil para el tipo de análisis de imagen que se contempla y describe más adelante. Lo anterior, en el contexto de los memes depresivos, es fundamental, ya que, si bien estos suelen contar con el mensaje explícito en formato de texto, no serían memes sin su elemento humorístico basado en la imagen. La capacidad de compartir y difundir contenido visual de manera rápida y sencilla en Instagram facilita la viralización de este tipo de memes, lo que juega un papel significativo en la viralización o masificación del contenido.

III

²⁵ Digital 2023: Global Overview Report. Datareportal

Este tercer apartado comienza por una recolección de una muestra de 100 memes depresivos, la búsqueda de esta muestra se realizó principalmente a partir de dos métodos: En primer lugar, el motor de búsqueda de Instagram a partir de la codificación de *hashtags*, que son códigos que utiliza el contenido para filtrar publicaciones relacionadas con el mismo hashtag. Por ejemplo, para la búsqueda de estos memes depresivos primero se identificó el hashtag *#memes* y *#memesen español*. Una vez se encontraron memes de este tipo se identificaron otros hashtags que estarían relacionados con este tipo de memes depresivos, tanto como para el contenido en español como en inglés.²⁶ En segundo lugar, a partir de la primera búsqueda se identificaron a los distintos usuarios que estaban publicando estos memes depresivos para profundizar en el tipo de contenido publicado y ampliar la muestra, así como también comparar el tipo de contenido y contrastar con el de los memes depresivos en un apartado mucho más cualitativo.

Después de esta recolección, se crea un corpus que permite establecer un elemento organizacional y contable de los componentes y características de los memes. Para esto, se han establecido una serie de categorías cuantitativas para la correcta organización y estructuración del fenómeno (serán expuestas en el siguiente apartado). Este corpus se realizó utilizando la herramienta IBM SPSS Statistics 25, en donde se adjuntaron los datos y se hicieron los análisis estadísticos respectivos.

Finalmente, se presenta un análisis teórico a partir de los resultados y las teorías abordadas en el punto I y II de la ruta metodológica, añadiendo algunos elementos nuevos recolectados para el análisis de datos, como de la teoría de la imagen, con un énfasis en el concepto de “representación” (imagen-texto), que no se abordó de manera tan literal en la parte teórica de la presente investigación. Este análisis también aborda la interpretación de hechos, tendencias halladas, además de otros aspectos cualitativos como los otros diversos tipos de interacción de los usuarios con los memes depresivos, tanto comentarios, me gusta, entre otras interacciones no cuantificables estrictamente.

Esta interpretación y análisis de datos se hace a partir de las distintas teorías acerca de la imagen, así como de una triangulación con las demás teorizaciones que sirvieron para adjudicar significado o justificación a la existencia de estos memes depresivos y fenómenos de internet y redes sociales. Se usó también como técnica metodológica el análisis de la imagen Villafañe (2015):

²⁶ #Depression #MemosSad (triste), #Anxiety #Ansiedad #Depre

Se ha dicho ya, que una imagen transmite o posee dos clases de significación. A la primera, de naturaleza formal, que hace referencia a lo que podríamos llamar el discurso visual y que no es decodificable en otros términos que no sean los de sus propios componentes icónicos, la denominamos significación plástica. Pero las imágenes, la mayor parte de las veces, portan otra significación, el sentido, constituida por el componente semántico y aquellos otros que, no siendo decodificables en los mismos términos de significado, completan a éste.” (Villafañe, J. 2015, p. 50)

Por lo anterior, se pretende este análisis de la imagen con ambas significaciones por aparte y en una posterior revisión de su sentido en un contexto espacio temporal.

Recolección de Muestra

La recolección de la muestra parte de criterios contextuales del fenómeno de memes depresivos. Es decir, del planteamiento de una posible cultura digital en uso del humor para abordar los problemas y condiciones mentales de la salud mental individual o colectiva.

El primer filtro para recoger la muestra se trató de imágenes entendidas como memes, recordando el concepto de meme de internet como aquella unidad representada de manera visual (Imagen + Texto) que lleva consigo una idea para ser abordada desde una intención humorística, irónica, que no cuenta con un sentido informativo, explicativo, analítico, reflexivo.

Por lo anterior, el sentido de los usuarios al respecto de los memes depresivos son rastreables en primer lugar a través de formas de expresión repetidas en terminología clave. Esta terminología es la que se tiene como uno de los filtros para determinar si el meme es considerado depresivo y agregarlo en la muestra.

El uso explícito de terminología clínica relacionada con trastornos mentales, sobretudo la “depresión” y “ansiedad” es un primer filtro; si un meme alude a términos como "depresión", "ansiedad", "suicidio", etc., de manera explícita, se consideraría un indicador primario para su inclusión en la muestra.²⁷

Este filtro además contó con una búsqueda previa sobre trastornos clínicos, o como lo abordó el *Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (1983)*, “Trastornos Clínicos, otros problemas que pueden ser objeto de atención clínica”. En el cuál,

²⁷Se entiende a los trastornos mentales como una alteración clínicamente significativa de la cognición, la regulación de las emociones o el comportamiento de un individuo. Por lo general, va asociado a angustia o a discapacidad funcional en otras áreas importantes. También se denominan problemas de salud mental y abarca los trastornos mentales, las discapacidades psicosociales y (otros) estados mentales asociados a una angustia considerable, discapacidad funcional o riesgo de conducta autolesiva. OMS. 2022

según la descripción, cualquier posible trastorno enunciado sería tomado en cuenta para la muestra.²⁸

Otro criterio se basó directamente en las cuentas de usuarios que publicaron este contenido. Las cuentas de usuarios utilizadas para la recolección priorizaron que dichos usuarios contasen con contenido relacionado directamente con memes y otras formas de humor en sus publicaciones. Lo anterior para lograr evidenciar que este tipo de contenido estaría habituado entre los usuarios consumidores de contenido humorístico, lo suficientemente habituados como para interactuar con él como un contenido deseado o legítimo de las redes sociales en internet.

Para una recolección adecuada de la muestra, se observó también que algunos memes (por su contenido explícito y para evitar una probable censura) prefirieron redactarse de manera implícita, es decir, que si bien fue un meme “depresivo”, que abordó una situación de depresión, suicidio o ansiedad, no utilizó explícitamente estos términos sino que los describió en situación o incluso utilizó otras formas de redacción. Por lo anterior, estos memes que refirieron a temáticas como la ideación suicida, trastornos de la conducta alimentaria, trastornos de ansiedad, etc., fueron considerados para la muestra de igual manera.

Finalmente, a partir de una estrategia inductiva de muestreo por juicio, técnica la cuál jerarquiza las variables según el enfoque metodológico tenido en cuenta para el desarrollo teórico, se identificaron componentes y/o variables que compartieron los memes depresivos. Algunos componentes son generales o afines a cualquier otra publicación de imagen de Instagram, sin embargo, es su relación con los otros componentes los que les otorgan riqueza teórica y estadística.

A continuación, se presentará cada variable y se explicará su elección y pertinencia de uso en caso de necesitarlo.

Variables

Cantidad de Likes: Este componente o variable funciona como variable dependiente, pues, se escogió para poder relacionar el interés y/o nivel de interacción que pudiesen tener los usuarios con los otros componentes de los memes depresivos, esta sirve para establecer

²⁸ Para la presente, destacan los Trastornos del estado de ánimo y Trastornos de ansiedad. IJI, D. (1983, p. 28)

esa relación. Así, analizar por ejemplo la relación de likes sobre el idioma, tipo de imagen y tema del meme permite conocer sobre las preferencias del usuario, los contenidos más visualizados, gustados, comentados, etc.

Presenta también una noción de reconocimiento de un fenómeno cultural a través del tiempo que se expresa en millones de interacciones, las cuales pueden incluso compararse con cifras sobre otro tipo de contenido además de los memes depresivos.

También, con respecto al análisis cualitativo, permite identificar qué tipo de comentarios o interacciones dentro del contenido es quizás más reconocido socialmente por sobre otros. El like significa entonces tanto el alcance, la legitimidad y la preferencia por parte de los usuarios.

Tipo de Imagen: Este componente se categorizó a partir del elemento visual central con el que suele contar la imagen o video del meme depresivo, usualmente abordó un sujeto(s), espacio u objeto(s) en una situación no contextual, como puede ser un animal realizando cualquier actividad, un objeto o una persona, sin conocer mucho de su situación.

Esta variable funciona para el análisis basado en la teoría de la imagen presentada por W.J.T Mitchell y permite buscar una relación existente entre el sentido de la misma y el texto que la acompaña.

La recolección buscó delimitar los principales elementos para poder distinguir una de las formas en que se está distribuyendo el contenido. De forma cualitativa, presenta un acercamiento desde la noción de identidad dependiendo cada tipo de imagen y el uso que se hace de la misma en relación a la totalidad de su sentido, la categorización se planteó de la siguiente manera:

- **Animales:** Memes cuyo elemento central de imagen fue la representación de un animal en cualquier situación o con cualquier tipo de edición.
- **Caricatura:** Usualmente creado con programas digitales, la caricatura como elemento central de la imagen presenta cualquier elemento creado en 2d o 3d, no corresponde a fotografías de la vida real como en el caso de la variable “animales”. Este elemento se repitió de manera también representativa. Caricaturas sobre seres humanos o animales. No suelen contar con una contextualización más allá del meme u algún otro posteo generalizado en redes sociales, en caso de referir a algún elemento cultural global o local fue entendido bajo otra categoría, referencia pop.

- Objeto: El elemento central de estos correspondió a distintos objetos tanto naturales como artificiales. El uso de comida como elemento central también se tuvo en cuenta dentro de esta categoría. Esta categoría se evidenció mientras la recolección de la muestra, es una manera recurrente de distribución del contenido depresivo en redes sociales.
- Personas: Memes depresivos que contaron principalmente con caras o cuerpos completos de seres humanos, se encontró, podrían expresar distintas emociones. El contexto podría variar, así como complementar el sentido del meme, al encontrarse la persona con gestos, o algún tipo de aspecto que permitiese identificar con el tema principal del meme, o simplemente un sujeto realizando una actividad cualquiera, sin relación alguna con el sentido del meme.
- Referencia Popular: como lo abordó González (2019), una gran parte del contenido que presentan los memes adquieren su visualización masiva, incluso dotación de identidad cultural por parte del usuario desde la misma industria cultural, o, para este caso, cultura “pop” o popular, con respecto a la globalización; este apartado buscó desligarse ligeramente de la abstracción elemental que tuvieron las otras categorías al encontrar una cantidad de memes que contenían imágenes de series de televisión, personajes de películas, artistas, deportistas, siendo explícitamente referenciados en estos memes. Usualmente se utilizan personajes de series de televisión. El sentido de los mismos, al igual que en las otras categorías, varía según cada meme y aunque bien puedan ser referenciadas como segundo elemento de sentido del meme, no suelen encontrarse explícitamente relacionados.
- Texto: Finalmente, el texto subido como elemento principal de la imagen guarda una relación directa con el tipo de meme, pues, es en sí el meme en su totalidad; el único elemento que le acompañaría sería un color adicional, pero se encontró que el color de los memes varía entre tantas tonalidades que cualquier meme puede estar escrito en distintos tipos de letra y tipos de color y no es un aspecto relevante al menos a nivel cuantitativo. Estas imágenes con mero texto solieron ser menos comunes, pero componen un porcentaje del total. Se entienden como memes debido a que abordan los mismos tópicos y contenidos con usos semánticos similares, con intenciones humorísticas, compartidas además por las mismas cuentas de memes ya identificadas.

Tema Principal del meme: Esta variable se identificó a partir del componente “depresivo” del meme; como se ha evidenciado, un meme sobre un fenómeno es una característica fundamental de todos los memes, dependen de un suceso particular, un evento socialmente relevante, así como de situaciones con las que los usuarios comparten una afinidad emocional. Por lo anterior, se evidenciaron unas categorías de memes depresivos a partir de la enunciación de distintos escenarios de posibles trastornos mentales o clínicos, en donde la terminología utilizada fue la que determinó que el meme abordara cada caso.

A su vez, esta variable funcionó de manera general como variable independiente, si bien, su relación con el like, el tipo de imagen u otra variable permiten conocer estas expresiones sociales de manera profunda, funciona en sí mismo como resultado, pues, la incidencia de los temas tendrá relevancia con este padecimiento o expresión cultural al que se está refiriendo. Aunque el sentido se presenta para una interpretación cualitativa, las distintas categorías han sido codificadas para ejercer también una “porcentualización” de los problemas expresados. Así:

- **Ansiedad:** Se eligió esta categoría sobre memes que, de manera explícita, anunciaron que un usuario padece, padeció, o padecerá de algún tipo de ansiedad, en sus diferentes formas de padecimiento. Trastornos de Ansiedad son unos de los trastornos documentados en el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales de la American Psychiatric Association
- **Depresión:** Se identificó a través de memes cuyo propósito fue de representar de manera explícita, satírica y/o enunciativa (que directamente acuñó el término) el padecimiento de esta condición en cualquiera de sus manifestaciones. Los trastornos depresivos son también documentados como un estado de requerimiento de atención clínica por el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales de la American Psychiatric Association.
- **Deseo Explícito de Morir:** Se encontraron algunos memes que señalan de manera explícita el deseo propio de morir o dejar de estar vivo, sin implicar literalmente el deseo de cometer un acto como el suicidio o ideación suicida; se consideraron depresivos en cuanto a que cumplen con la definición de utilizar el meme como vehículo para la transmisión de ideas (irónicas o no) sobre el padecimiento de al menos un trastorno del estado de ánimo.

- Esquizofrenia: Memes cuyo principal enfoque fue el de enunciar el padecimiento propio del trastorno de Esquizofrenia. Su uso suele ser de forma explícitamente enunciativo-irónica y no desarrollar mayor explicación del mismo.
- Problema Mental: Esta categoría recoge los memes que sin dar una explicación específica hizo referencia al padecimiento de algún tipo de trastorno mental, problema de salud mental, inestabilidad emocional, enfermedad mental por ese mismo nombre. El sentido puede ser meramente enunciativo, de “prestigio”, al igual que los demás, connotativo de forma moral o meramente explicativo con algún aspecto de sátira.
- Suicidio: Se categorizaron a partir de memes depresivos que aludieron de forma explícita al deseo individual o colectivo de querer suicidarse, usando herramientas tanto explícitas textualmente como implícitas a través de contenido en la imagen. La ideación suicida o ideas de suicidio son categorizados como riesgos en necesidad de tratamiento para un diagnóstico de trastorno mental general por el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales de la American Psychiatric Association
- Trauma: Esta categoría se dio a partir de memes que, de forma generalizada acuñaron el término “trauma” para indicar el padecimiento individual de algún trauma debido a situaciones múltiples, generalmente de manera enunciativa, expresiva y satírica. Según el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales de la American Psychiatric Association se relacionan trastornos con los traumas y el estrés y producen malestar psicológico en un cuadro sintomático extendido por la ansiedad, hostilidad o síntomas disociativos.

Finalmente, con respecto al otro tipo de variables, Año, Idioma entre otros aspectos cualitativos, sirvieron para ubicar temporal y espacialmente la difusión de los memes, sobre todo con respecto al apartado evidenciado tanto en materia de Salud Mental, teniendo en cuenta el periodo comprendido desde la declaración de COVID-19 como pandemia y la recomendación de aislamiento a nivel global a partir de marzo de 2020. Lo anterior permite además observar que los síntomas y/o expresiones depresivas colectivas se presentaron de maneras similares en distintas sociedades. Además de verificar la existencia de una Cultura o Culturas digitales de, en este caso un fenómeno que no cuenta con bases territoriales limitadas en un espacio físico además del mero espacio virtual. O lo que es lo mismo, que es

masivamente entendido por usuarios que comprenden distintas culturas locales, pero unos padecimientos sociales globales similares expresados en línea.

IV

En un último apartado, habiendo evidenciado el uso de terminología de trastornos clínicos, malestar mental y tópicos afines en esta red social, se hizo una recolección secundaria de información extra que sirve para dar más forma al fenómeno. Esta consistió en apartados cualitativos relacionados a las interacciones textuales de los usuarios con respecto al contenido, y así tener un panorama de distintas percepciones, ya que, si bien se entiende este fenómeno como normalizado, no significa que todos los usuarios compartan este tipo de contenido con el mismo compromiso. Y, con respecto a esta nueva alfabetización, preocupación, o simplemente interés mediático por esta terminología, se acudió a la herramienta Google Trends para verificar en datos cuantitativos la incidencia de búsquedas de los términos más representativos de la muestra, «depresión», «ansiedad», y su nivel de búsquedas a nivel Colombia, la comunidad Hispanohablante y el público de la lengua inglesa.

Marco Teórico

Para el correcto diagnóstico de este fenómeno, en primer momento se parte de una serie de conceptos teóricos que sirven como ejes articuladores que atraviesan cada uno de los distintos procesos del fenómeno de los memes depresivos.

Signo

Este concepto, tomado de Vygotsky, se usa para comprender una de las cualidades de meme además de su creación teórica de Dawkins, pues, la enriquece en el aspecto de análisis social dentro de un contexto histórico específico. Se les entiende como herramientas mediadoras que permiten a los individuos interactuar con el mundo que los rodea y construir significados. Así como su capacidad para transformar al sujeto que interactúa con este. Entendiendo su naturaleza social-cultural, dinamismo, que a través de distintas condiciones logra sostenerse adaptándose a contextos, como el presente, digital; y finalmente que se interioriza y por ende permite ser comprendido de manera simbólica antes que requerir una formalización lógica.

Teoría de Goffman

Las aproximaciones a la identidad se abordan desde el concepto de *expresión*, desde lo planteado por Erving Goffman en *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, primordialmente el uso del “Self” o “sí mismo” como construcción de roles por parte de los

usuarios en un espacio virtual social. De igual manera, el concepto de "Fachada" se aborda desde las representaciones individuales y colectivas, sujetas a las distintas exhibiciones del usuario en la red social.

En el estudio de los memes depresivos, la noción de "*self*" se aplica al papel desempeñado por los usuarios en la creación y difusión de estos contenidos. Los usuarios construyen y proyectan una imagen de sí mismos a través de la elección y el uso de memes depresivos. Estos memes pueden servir como herramientas de expresión, permitiendo a los usuarios manifestar sus emociones, pensamientos o estados de ánimo de una manera que se asemeja a la actuación de roles en una interacción social.

La teoría de Goffman también resalta la importancia de la "**fachada**" o máscara social a través de apariencias que presentamos al mundo. En el contexto de los memes depresivos, la "fachada" se relaciona con las representaciones individuales que los usuarios muestran en sus interacciones en la red social con la que controlan la *estabilidad* de la *situación*. Estas representaciones pueden variar dependiendo del contexto y de la audiencia, lo que refleja la capacidad de los usuarios para adaptar y gestionar su identidad en línea.

El concepto de **Expresiones Explícitas** funciona para identificar las intenciones de los usuarios detrás del meme depresivo, y evidenciar como a pesar de esto ya el usuario reconoce un sentido memético en cuanto está en un contexto de este tipo. Asimismo, las **Expresiones Indirectas** revelan aspectos no verbales de la situación, como la estética del meme o la forma en que se presenta, lo que los usuarios muestran inconsciente o conscientemente para determinar que una situación es de este tipo.

El **Marco de referencia** establece el tono y las expectativas para la interacción en torno al meme depresivo y que funcione.

Al integrar el enfoque de Goffman sobre la representación de la identidad y la expresión en la presente, se obtiene una comprensión más profunda de cómo los usuarios se relacionan con estos contenidos. Estos memes no solo son medios de expresión, sino también herramientas para la construcción y presentación de una "fachada" específica en el entorno virtual. Esta perspectiva ayuda a analizar la dinámica compleja entre la representación de la identidad en línea y la forma en que los usuarios interpretan y se relacionan con estos memes en un contexto social y virtual.

Industria Cultural y Cultura de Masas

De manera enunciativa, se hace uso también del concepto Industria Cultural adoptado por Adorno y Horkheimer en *Dialéctica de la Ilustración*; si bien, este concepto está en constante ambivalencia con los productos culturales globalizados, es su "espíritu" marxista el que dotó de su uso, pues, no se comprende al meme como mero producto como bien material —digital—en sí, sino su relación con la ideología, y sobre todo la forma en que esta perspectiva teórica clave puede enriquecer significativamente el estudio de memes depresivos en internet.

En primer lugar, el enfoque marxista de la Industria Cultural destaca la importancia de la ideología en la producción y el consumo de productos culturales. Al aplicar este concepto al estudio de memes depresivos en internet, se puede explorar cómo estos reflejan y perpetúan ciertos imaginarios y representaciones culturales. ¿Cómo se manifiestan las creencias y valores en estos memes y de qué manera influyen en la percepción de los usuarios? Esta aproximación crítica puede revelar las complejidades en la interacción entre la producción cultural y las ideas dominantes de la sociedad global.

En segundo lugar, la Industria Cultural también se centra en la relación entre el consumidor y el producto cultural, que también se abordará desde Lasen y Puente. Cuando se investigan memes depresivos en internet, es esencial entender la manera en que los usuarios interactúan con estos contenidos, qué significados les atribuyen y cómo estos memes influyen en su percepción y construcción de la realidad. La aplicación de la Industria Cultural como marco teórico permite un análisis profundo de esta dinámica, ayudando a responder preguntas sobre cómo los memes contribuyen a la formación de la identidad y la visión del mundo de los usuarios.

Además, la globalización y la homogeneización cultural son aspectos relevantes que aborda la Industria Cultural. En el contexto de los memes depresivos en internet, este enfoque podría ayudar a examinar si estos memes presentan características comunes o patrones culturales compartidos a nivel global, o si existen variaciones significativas según la cultura, la región o el contexto de los usuarios. Esto permitiría una comprensión más completa de cómo los memes se adaptan a diferentes audiencias y contextos culturales, o cómo pueden contribuir a la estandarización de ciertos mensajes.

Finalmente, El concepto de **cultura de masas** resulta fundamental para comprender el fenómeno de los memes depresivos en cuanto estos se difunden y consumen a gran escala a

través de las redes sociales, lo que los convierte en un producto de la cultura de masas. Su popularidad se debe a que apelan a emociones y experiencias comunes a un público amplio, especialmente a los jóvenes. Además, la creación y difusión de memes depresivos se ve influenciada por las industrias culturales. Estas industrias juegan un papel importante en la configuración de los gustos y las tendencias culturales, lo que incluye la forma en que se representan y consumen los memes depresivos.

Sociedad de la información

El concepto de *Sociedad de la Información* de Manuel Castells desempeña un papel fundamental. Aunque este concepto ha evolucionado y se ha adaptado a fenómenos posteriores, su fundamentación es útil para el presente. La Sociedad de la Información, desde Castells, se caracteriza por la influencia de las tecnologías de la información, la comunicación en la vida cotidiana y en la organización social. Los memes depresivos en internet son un claro ejemplo de cómo la información y la comunicación digital moldean la interacción entre individuos y su entorno. La rápida difusión y el impacto de estos memes en la sociedad contemporánea se explican en parte por esta transformación en la forma en que los usuarios se relacionan con la información. La Sociedad de la Información también enuncia la relevancia de la conectividad y la interacción en red. Los memes depresivos suelen propagarse a través de plataformas y redes sociales, donde las comunidades en línea desempeñan un papel fundamental en su creación y difusión.

“El surgimiento de una nueva estructura social, una era que facilita el comercio y la organización de la producción a escala global. Lo que propicia de forma acelerada nuevas formas de interacción, interconexión y comunicación.” (Flores, 2007).

Cultura Digital

Del mismo modo, el concepto *cultura digital* desarrollado por Lasen y Puente, entendido como conjunto de prácticas, valores, significados y formas de expresión que se desarrollan en torno a las tecnologías digitales, directamente desde la relación entre el usuario y el dispositivo, partiendo una vez más de la Sociedad de la información como mediadora del espacio y los usuarios. Se trata de un fenómeno complejo que abarca desde los usos cotidianos de las tecnologías hasta las formas de producción y expresión cultural.

El concepto de **agencias compartidas** destaca la interacción entre usuarios y tecnologías en el espacio digital; esta relación resulta clave para analizar cómo los memes depresivos adquieren validez, que los usuarios realmente comprendan este espacio como un

espacio social, no solo porque esté adaptado de manera artificial, sino que realmente permita una legitimación del mismo. Los usuarios, a través de la creación, resignificación y consumo de estos medios o herramientas digitales, participan activamente en la construcción de significados colectivos ya en un posterior mundo digital.

El concepto de **Prosumidores**, utilizado en La Cultura Digital, permite extender el campo de visión del usuario, donde ya no solo participa como un pasivo o en quien recae la industria, como en otras teorías clásicas, sino que este cuenta con la capacidad de acción necesaria lo suficiente como para influir en un tipo de cultura, o subcultura, en este caso. Los usuarios, en su rol de prosumidores, participan activamente en la creación, distribución y resignificación de estos memes, lo que genera una dinámica cultural en la que la autoría y la participación son compartidas.

Identidad

El concepto de *identidad* se toma de igual forma de los planteamientos de Manuel Castells quien hace énfasis en las relaciones que se construyen en los espacios digitales y las redes de comunicación. Así lo evidenció Henríquez:

Castells (2001) para quien la identidad se construye en un contexto marcado por relaciones de poder, el contenido simbólico y el sentido de una identidad está plenamente ligado por quien o quienes la construyen, tanto por dentro como por fuera de ella. Así, distingue entre identidades legitimadoras (introducida por instituciones dominantes), de resistencia (generada por actores estigmatizados por las instituciones dominantes) y de proyecto (que buscan una transformación social). (Henríquez, 2020. P 35)

Al respecto, Del Prete y Redón encontraron también en este concepto como uno de los fundamentales para la comprensión de la creación e interacción de un usuario público en las redes sociales y el internet: “se destaca que la mayoría de las y los adolescentes deciden utilizar las redes virtuales por entrar a formar parte del espacio de encuentro e intercambio sociales que éstas representan y, así, pertenecer al grupo, seguir lo que los otros hacen, y no quedar fuera de la tendencia.” (2020).

Teoría de Mitchell

Una vez trazado el componente estructural si se quiere de la composición cultural de los memes depresivos y su reproducción en masa, enfocaremos nuestro análisis a las

características de la cosa en sí, es decir, ya no el “por qué” del meme sino el “cómo” del meme depresivo. Para ello, algunos de los componentes empleados por W.J.T Mitchell en su teoría de la imagen brindan una serie de justificaciones de sus modos de empleabilidad. Se utiliza el concepto de **Representación** a manera de explicación para esta relación “imagen-palabras” que entrelazadas generan cierto tipo de mediación simbólica para una interpretación o si se quiere habituación de un significado. Asimismo, el concepto de **metaimágenes** vienen a colación como ese punto de enlace entre la relación del sujeto con el objeto –en este caso el meme depresivo–, Mitchell buscando desde esa configuración iconográfica nos permite una suerte de entrelazamiento entre el contexto social, cultural, económico y la imagen, que no pueden ser de otra forma. En palabras de Vásquez (2017) imágenes que recurren a otro significado de otras imágenes sin necesitar de una explicación o enlace explícito, pero precisamente comparten ese significado en la cultura o contexto (...). Continuando con la relación “imagen-palabras” o en nuestro caso “imagen-texto” el apartado comparativo en el que Mitchell establece una relación o rompimiento forzoso de la una con el otro es para nuestro caso, aunque en menor medida, una forma eficaz de comprender el sentido que se le otorga a la imagen que acompaña al texto o dicho en otra forma, termina componiendo al meme.

“¿Por qué es importante la forma en que las palabras y las imágenes se yuxtaponen, se mezclan o se separan?”. De igual forma, es posible asumir el modelo comparativista al interior de un mismo texto en su compleja configuración de iconicidad, verbalidad y audiovisualidad, pues “todos los medios son mixtos, combinan diferentes códigos, convenciones discursivas, canales y modos sensoriales y cognitivos” (Mitchell, 2009, p.88 citado en Vásquez, 2017, p. 201).

Resultados

1. Historia y contextualización del término meme

Para poder definir la complejidad del meme, sobre aquello a lo que hace referencia, así como su amplia gama de significados sociales y culturales, se debe entender desde la construcción del mismo, tanto del término como de la cosa en sí. En 1976, el biólogo Richard Dawkins en su obra *El Gen Egoísta*, buscando argumentar sobre algunos de los modos de conducta o fenómenos conductuales encontrados en los seres humanos, producidos además desde la biología y/o cultura, fue el primero en popularizar su uso. La palabra meme,

proveniente del griego *mimos* o “μίμημα”, hace referencia a imitar o «cosa que es imitada», que hace mimesis, o sea que replica. La intencionalidad de Dawkins evidentemente no fue la de emplear este término exactamente como el contenido de internet del que se conoce hoy en día, pues este terminó siendo apropiado culturalmente y transformado según las características y condiciones bajo las cuales se entiende en la actualidad el meme. Sin embargo, sí que existe una relación directa de sentido en el uso común de la palabra meme similar a la intencionalidad del autor. Dawkins se refirió al meme como un gen, sirve como analogía a una serie de comportamientos culturales que —valiéndose Dawkins de la misma teoría darwiniana de selección natural— se replica(n) y bien logra(n) perdurar en el tiempo según una información útil recolectada históricamente en el ambiente, en este caso, un meme que refleja y repite una serie de conductas o hechos sociales y culturales.²⁹ Esta información representada en el “gen replicador” (ya que, según Dawkins, se replica la información, es la función del gen, hacer el proceso de mimesis) debe poseer ciertas características legítimas en cierto grado, “hegemónicas” y/o útiles en su consistencia para que, al igual que cualquier otro gen, se replique y tenga permitido sobrevivir al paso del tiempo, y finalmente, presentarse en los modelos de comportamiento más comunes, o que al menos mantenga su existencia legítima. Por lo anterior, no se debe tampoco ignorar el hecho de que su existencia en un contexto social es permitida gracias a una competencia y/o disputa de la cual logra imponerse. Lo anterior resulta pertinente para la presente investigación en cuanto hay unos tipos de conducta que terminan adaptándose y continúan siendo legítimos, mientras que otros, por sus propiedades opuestas pierden esta competencia y, por ende, dejan de replicarse.

Se ha debatido sobre la validez de la teoría de Dawkins teniendo en cuenta las múltiples condiciones y transformaciones a las que se encuentran expuestos estos fenómenos o hechos conductuales. Sin embargo, lo que destaca de la supervivencia del término y la importancia de recoger el concepto contextualizado es precisamente el uso mediático que vendría a representar en periodos posteriores gracias a las nuevas formas de comunicación procedentes del internet, la adopción del término meme funciona entonces en relación al término mimesis.

²⁹ Dawkins observó que, al analizar los cantos de diferentes grupos de aves, se identificaban ciertos patrones comunes que se repetían de manera regular. No obstante, de vez en cuando, alguna ave introducía una variación en las secuencias de trinos más comunes. En algunas ocasiones, esta variación era adoptada por otros miembros del grupo de aves hasta que se volvía parte de los cantos característicos de esa especie en esa área específica.

Lo anterior no debe ignorar que no todo uso del lenguaje corresponde a una imposición conceptual del mismo, sino que este se construye por quienes lo usan, desde la manera en que su uso se adapta y se distribuye en torno a un significado social reconocido y compartido:

El lenguaje como juego es una actividad reglamentada; el significado de las palabras se encuentra en su uso, en la función que cumplen en el lenguaje, pero todo uso implica una serie de normas, “reglas del juego” que varían en cada caso según la función del lenguaje al que pertenezca. (Karam, T. Número 57)

Para enriquecer el concepto de meme (el meme como signo)

Desde las Ciencias Sociales se han presentado distintos acercamientos que no son del todo diferentes a algunos de los postulados por Dawkins. Salazar, por ejemplo, en “El Meme En Internet, Identidad Y Usos Sociales”, recogió los principales enunciados sobre los cuales distintos autores plantearon conceptos e ideas acerca de fenómenos culturales que se han replicado, de manera similar a la teorización del meme. Para Salazar se deben aplicar distintos enfoques teóricos a la hora de abordar los *memes de internet* y darle una mayor riqueza teórica en conjunto con el significado base de meme (mimesis), ya que precisamente sería en las Ciencias Sociales donde estos fenómenos se pueden abarcar de manera amplia, sin dejar de distinguir a cada autor de su contexto, disciplina y fin particular de estudio.

Por ejemplo, un concepto teórico a relacionar históricamente con la teoría memética de Dawkins, o más bien para brindarle riqueza teórica, es el de *signo*. Este concepto está basado en una expresión singular comunicativa cuyo análisis centra el énfasis en un “estímulo” (así caracterizado por Vygotsky) que, por medio de la comunicación emisor-receptor(es) sobre acciones, formas de pensar, sentir o interpretar, tiene una serie de significados previamente compartidos por un grupo particular. “*La creación de un signo presume la presencia de otro capaz de comprenderlo*” (Gutiérrez F., María E. 2008, p. 690). Si bien cuenta con un importante carácter de recepción, como se mencionaba antes, su intencionalidad descansa también en una serie de patrones que, aunque no sean eternos o inmutables, son propios de una serie de imaginarios e ideas interiorizadas y aceptadas entre intérprete y receptor (más allá de si este proceso se hace por medio de un acuerdo o no).³⁰ Se

³⁰ La cultura, dado su carácter dinámico, complejo y variable en función de sus ideologías, intereses y necesidades, ajustará los signos y sus significados de acuerdo a las representaciones mentales establecidas en la relación comunicativa de los seres humanos. En esta interrelación natural se gestarán la interpretación y la negociación de significados. (Gutiérrez F., María E. 2008, p. 692)

trata también al signo como síntoma o manifestación de una condición mayor, o «consecuencia», es decir, que no es que se descubra o se presenta un signo de manera «espontánea», sino que las experiencias de la interacción de los individuos con su entorno expresadas en lenguaje serán interpretadas y finalmente representadas de manera amplia, cultural, por medio de signos; porque bien, no se constituyen como algo meramente individual en tanto parten de esa condición contextual y funcionan como herramienta comunicacional. Lo anterior sirve para describir a mayor detalle el funcionamiento de la mimesis, tanto de los memes conceptualizados por Dawkins como los memes de internet. Entender el meme como signo funciona para dar cuenta de su dinámica socio histórica.

Origen de los memes de internet

Para contextualizar el origen de este tipo de contenido, es relevante dar cuenta que el “agregado” al significado de la palabra meme, o su uso actual, se encuentra ya ligado a la connotación de humor, sarcasmo, ironía, o lo que es igual, representar una situación regular en forma que al tener un componente de intencionalidad humorística explícita (como se supone ha de ser) tanto el emisor como el receptor comprenden este significado. El resto de lo que propuso Dawkins con respecto al meme se podría dejar a las teorías que explican fenómenos culturales que se replican de manera histórica, social, etc.

Los orígenes exactos de los memes de internet tienen una particularidad semántica, si bien las formas más primitivas se acercan a una noción común con la que se entiende la palabra hoy en día, se encontró que tienen un origen previo al nombramiento de la cosa como «meme de internet» —la cuál es la idea con la que ya se entiende o se nombra de manera precisa a esta cosa—. Estos memes de internet nacen, según Rowan (2015), en medio de una transformación de las telecomunicaciones, en donde la comunicación entre dos partes (remitente y destinatario) se convirtió digital, y además de esto, observable, legible. Entendida e interpretada comúnmente de formas iguales por ambas partes en cuanto está compuesta de texto escrito de quienes compartían un mismo lenguaje. Además, se podía emitir en un espacio y tiempo ajenos a una comunicación en tiempo real (a diferencia de la comunicación telefónica, por ejemplo, en donde se podría asemejar de manera más similar a una conversación en persona).

Algunos de los casos identificados por Rowan (2015) con los orígenes de los memes,³¹ en estos contextos del internet “primitivo”, resultan de situaciones en donde buscando una forma de añadir emocionalidad (sin obviar el componente humorístico) o una variación a esta nueva forma de comunicación digital, se crean las primeras formas de hacer humor o compartir un significado “agregado” o diferente al común por este medio, es decir, crear texto con un elemento más que el fin comunicativo.

Se encontró que, a finales de la década del 70, cuando los primeros computadores podían conectarse en una red conjunta, la conexión era lenta y costosa. En esos tiempos, los programas utilizados para comunicarse entre usuarios tenían limitaciones, sólo noventa y cinco caracteres disponibles y veintidós líneas por pantalla. Además, el ancho de banda era escaso y los ordenadores tenían poca memoria, lo que hacía que “chatear” con otra persona fuese un proceso lento que requería paciencia y tiempo. Así pues, la forma de compartir un significado o idea ya con un carácter absurdo o irónico sobre una situación se fue empleando con el significado asociado a la comunicación misma, los memes no empezaron sobre distintos temas como se componen hoy en día, sino como una simple ridiculización sobre la misma forma de comunicación escrita por chat.

Gran parte de la escritura se hacía a base de comandos. Uno de los gags favoritos de los geeks era el de «SPAM», cuyo humor está basado en la repetición sistemática de la palabra spam. Esto se debía a que «la gente podía escribir la palabra una sola vez y después usar el comando flecha/arriba para repetirla. De esta manera, «spa-mear» consistía en llenar un chat de ruido». Sin duda una combinación ganadora que se iría repitiendo cada vez que alguien encontraba una conversación aburrida, estaba en desacuerdo con los argumentos de los demás o simplemente quería sacar de quicio a otros usuarios. El fenómeno empezó a crecer y a volverse un lugar común en los primeros canales de chat. Nadie había consensuado su sentido, nadie determinó qué significaba. Aun así, a base de imitaciones se volvió un elemento tan importante que más adelante llegaría a simbolizar la recepción de toda información indeseada que llegaba a través de las re-des. Humor, repetición y códigos compartidos: he aquí uno de los primeros protomemes digitales. (Rowan, J. 2015, p. 15).

³¹ De ahora en adelante, se hará uso del término “meme” para referirse a “meme de internet” con fines prácticos y contextuales

Otro componente que vendrá a determinar el origen de los memes de internet es, y como se presentaba anteriormente, el carácter emocional al que están ligados. No es casualidad que siempre se cuente con la transmisión de un mensaje por medio de una emocionalidad que en la mayoría de los casos casi pareciera que opaca al mensaje mismo (más allá de su sentido o la falta del mismo). La primera forma en que se identificaron estos mensajes corresponde igualmente a una carga emocional que acompañaban a un mensaje que más que simplemente comunicar (el qué), pretendía indicar de manera emocional (el cómo) lo quería comunicar. Así:

La investigadora Linda Börzey nos cuenta que otro de estos posibles orígenes de los memes de internet se remonta al 19 de septiembre de 1982, cuando Scott E. Fahlman, experto en informática y «ávido usuario de USENET, se dio cuenta de que la falta de comunicación visual en la comunicación online creaba problemas a la hora de evitar confusiones cuando se usaba el humor o el sarcasmo. Propuso el uso de ‘:-)’ para indicar qué posts no debían tomarse en serio». Este gesto dio pie al nacimiento del emoticono, un objeto que ha proliferado en diferentes redes, plataformas y medios, y que de forma simple logra dotar de un tono emocional a conversaciones, textos o enunciados. (Rowan, 2015, p. 15).

Finalmente, por una cuestión de adaptabilidad —y en últimas también de des-complejización— se encuentra que la ocupación de varios caracteres a la hora de “emocionalizar” un mensaje resultaba contraproducente a las condiciones de la época. La primera forma de imagen-carácter (conocido después como emoji) surgió en Japón y fue pensada para esta forma de comunicación de SMS.

Con respecto al uso de la imagen como tal, se encuentra en primer lugar que tardaría algunos años más en aparecer como una herramienta de comunicación en la interacción digital o por internet. Además, tras su aparición, fueron en su mayoría formas básicas de comunicación, no contaba con un sentido comunicativo establecido con fines directos como el chat. Por el contrario, parecía ser el mero hecho de que se pudieran animar o crear digitalmente imágenes lo que generaba que se esparcieran; por la novedad que representaba esta nueva forma de expresión frente a otros medios. Identifica Rowan por ejemplo el caso de un hámster bailando, conocido como el “Hamster Dance” hecho a partir de píxeles.

Ese mismo año, 1998, se popularizó en internet una imagen que provenía de un videojuego llamado Zero Wing, y que consistía en una pantalla que había sido

muy mal traducida y que incluía la frase «All Your Base are Belong to Us». La frase saltó del medio original y empezaron a surgir numerosas imágenes humorísticas que incluían esta leyenda. (Rowan, 2015. p. 17).

Una vez esbozada la manera en que tomaron forma estos mismos, además de su utilidad e intencionalidad primaria, se pueden rastrear los primeros memes de internet constituidos y reconocidos tal y como a día de hoy se siguen reproduciendo, que, si bien han sufrido transformaciones, traen a colación una fórmula de comunicación con esta intencionalidad o características de signo desde hace ya varios años, de manera legítima, desde el primer meme de internet ya entendido y reconocido como meme.

Una imagen acompañada con un texto, representando un escenario, una opinión, forma de pensar, sentir o padecer de un usuario o comunidad, además con una intención comunicativa en que el mensaje representa un aparente segundo significado: ironía, humor, absurdez; entre otras maneras que alteran el principal sentido de lo que un texto y una imagen (en términos pragmáticos) buscan: comunicar para dar a entender una idea. Así los primeros memes contaron con una particularidad que se aplicó a la imagen y que los convirtió en lo que se denomina hoy en día como “memes”; sin embargo, su función de mimesis contó con breves modificaciones para poder continuar el proceso de reproducción. En otras palabras, era el mismo signo, con sentido similar, a excepción del contenido textual, que cambiaba a conveniencia de la situación.

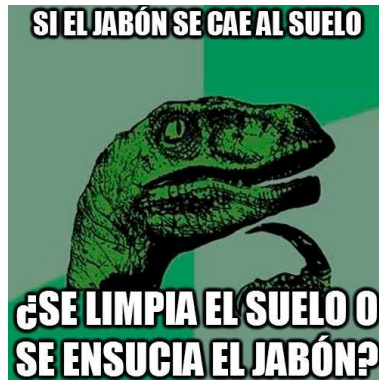
Meme 1

“Filosoraptor”, uno de los primeros formatos de memes



Fuente: <<https://www.ingenierogeek.com/2014/04/imagenes-memes-filosoraptor-mejores-meme-velociraptor.html>>

Meme 2



Fuente: < <https://www.cuantocabron.com/philosoraptor/si-el-jabon-se-cae-al-suelo> >

Según Rowan (2015), los primeros memes rastreados a nivel masivo datan de la plataforma de imágenes estadounidense “4chan.org”, alrededor del año 2006, en donde imágenes de animales –en algunos casos recortes de sus cabezas con fondos de distintos colores– tenían texto sobre particularidades que caracterizaban a cada meme, así como alusiones a varios de los tópicos contextuales de la época, situaciones que en la cotidianidad individual o colectiva estadounidense se replicaban o se interpretaban como algo con un grado de validez suficiente como para consumir e interactuar con este contenido, ya fuese viéndolo, comentándolo, o difundiéndolo por las distintas formas que puede abarcar ese significado. Así:

No tardaron en aparecer otros animales que daban extraños consejos y que imitaban el formato. Algunos de los más destacados fueron Paranoid Parrot, un loro paranoico, Courage Wolf, un lobo que animaba a enfrentarse a las adversidades con valor, el Philosoraptor, un dinosaurio filósofo, o el Socially Awkward Penguin, un pingüino con problemas de relación social. Lo interesante de estos fenómenos es que muy rápidamente numerosas personas subieron sus versiones de la misma imagen cambiando la frase, lo cual creaba una nueva variante del meme e incidía en su identidad voluble. (Rowan, 2015. p. 19)

Se evidencian, como se ha mencionado con anterioridad, los rasgos que formaron a los memes; unos componentes tan básicos como fundamentales con los que este nuevo fenómeno se adaptó en una primera cultura local y en muchas otras después; primero se replicó este formato de manera masiva en un contexto local, después, se expandió, a medida

que el uso del internet y los medios de información se iban esparciendo en distintas sociedades globales, además, como se verá, se fue transformando con el paso del tiempo. Los memes se constituyeron entonces de manera tal que una imagen acompañada de texto, para un observador sin contexto no siempre ha de tener una relación de sentido explícita entre la imagen y el texto, pero que, en su conjunto, y cuando logran pasar ese umbral del reconocimiento de sentido por parte del receptor, aquel meme legítimo en su respectivo contexto gozará de validez suficiente para ser replicado, o lo que un sector poblacional o comunidad considerará apto o no para continuar existiendo y reproduciéndose.

Lo que compete a continuación es entonces su difusión y popularización, para lo cual es necesario abordar en un primer momento un enfoque directo hacia el tipo de contenido, pues no se difunden y popularizan unos memes sobre otros por casualidades sino causalidades.

Historia y contextualización del consumo triste

De este mismo modo de transformación de los memes en internet, surgieron nuevas y distintas modalidades de memes, así como de cómo hacerlos; haciendo que, si bien la forma de comunicar continuó haciendo uso de las cualidades anteriormente descritas, configuró nuevos mensajes y, por tanto, sentidos, compartidos e interiorizados. Este fue el caso por ejemplo de los memes depresivos, cuyo sentido es abordado por Chateau (2020) en su artículo sobre este nuevo tipo de contenido. Dice: “los memes depresivos se pueden encontrar en una gran variedad de espacios, formatos y plataformas, dedicados a compartir memes sobre enfermedades mentales. Refieren a una abrumadora ansiedad, falta de voluntad para vivir y un deseo por recuperarse”. (Chateau, 2020, p. 2). Los memes depresivos pueden ser comprendidos como una forma de expresión y consumo más, en tanto que se producen y distribuyen con la misma intención tentativa de cualquier otro meme, y en cierta medida, lo llegan a ser. Sin embargo, y para entender mejor esta clase de memes, conviene clasificarlos bajo un grupo particular de significantes, ya no solamente relacionados con los memes en internet y las redes sociales, sino con las ideas que estos están abordando; es decir, configuraciones que históricamente han buscado representar ideas, formas de sentir y/o pensar similares a las que estos memes de hoy en día describen. Esto pasa por un primer momento de comprender qué precede a este tipo de contenido. Si bien para el presente se investigan los memes depresivos desde estas nuevas características actuales (ser meme y contar con elementos sobre el uso de las enfermedades mentales como componente

unificador) resulta necesario identificar la manera en que los malestares individuales, sociales o culturales se han resaltado y expresado como una característica social.

Lo anterior con el fin de dejar establecida una comparación sobre si las formas de expresión social sobre síntomas depresivos y de ansiedad, así como de otros sentires individuales y sociales se expresan de manera similar, o con otro tipo de uso de términos como hoy la depresión, ansiedad, trastornos mentales; dejando claro que a día de hoy, por más verdadero o falso que sea el padecimiento de las mismas, usarlas como término de expresión requiere de cierta atención pública, académica y social, pues, como se ha insistido, son reconocidas a nivel clínico como enfermedades.

De la Melancolía a la Depresión

Antes de acuñarse el término “depresión” y su denominación estándar de enfermedad o trastorno fue comúnmente relacionado y antecedido por el término “melancolía”.³² Además, señala Jackson (1986), se utilizaba este término de manera “popular” en la mayor parte de las lenguas habladas en la Europa Occidental para describir casi cualquier estado de tristeza o aflicción. El término depresión vino a estar relacionado en literatura relacionada con la medicina hasta el Siglo XVIII.

En 1764, Robert Whytt relaciona «depresión mental» con espíritu bajo, hipocondría y melancolía. David Daniel Davis traduce en 1806 del francés al *Traité medico-philosophique sur L'aliénation mentale ou la manie*, de Philippe Pinel de 1801, y da «depresión del espíritu» por «abattement» o abatimiento, y «depresión y ansiedad habituales» por «habitude d'abattement et de consternation». En 1808, John Haslam hace referencia a «aquellos que están bajo la influencia de pasiones depresivas». Y, en 1813, Samuel Tuke incluía dentro de la melancolía «todos los casos... en que el desorden está marcado principalmente por la depresión de la mente» (Jackson. S, p. 17)

³² Melancholia era la transliteración latina del griego nekayxokía, que en la Grecia clásica significaba normalmente un desorden mental que implicaba un prolongado estado de miedo y depresión. *Melancholie* XVI y *Melancholy* a comienzos del XVII se hicieron comunes en inglés como equivalentes de *melancholia* para nombrar la enfermedad. (Jackson. S, p. 16)

De esta manera, a mediados del siglo XIX se fue introduciendo el término depresión en los textos clínicos para abordar este estado de manera diagnóstica, se introdujeron los «estados depresivos o estados de depresión» como sinónimo de melancolía.

I

Convendría entonces identificar los signos de culto a la depresión que históricamente han tenido lugar en algunas de las sociedades occidentales, ello para identificar los antecedentes, así como aquellas manifestaciones que se han hecho causa de este fenómeno. Para entender los orígenes de la melancolía, por ejemplo, debemos remontarnos a la antigua Grecia, más precisamente a la filosofía de Hipócrates. Las proposiciones de Hipócrates provienen de su hipótesis según la cual todos los malestares del cuerpo del hombre eran consecuencia de un exceso de un humor determinado de los cuatro humores del cuerpo. En este caso, el humor cuyo exceso producía la melancolía era la bilis negra, que en griego es μέλας (*melas*) oscuro χολή (*kholé*) bílis, de allí el nombre con el que conocemos a la melancolía hoy en día. A pesar de que Hipócrates fundamentaba que esto era un proceso fisiológico, la relación de la bilis negra con las emociones relacionadas a la tristeza significaban un ingreso al espectro psicológico. Como (De Freitas, 2016) nos deja saber: “Nos topamos con el inicio de una historia de la melancolía más allá (o más acá) de lo fisiológico, es decir, con el inicio de una historia psicológica de la melancolía marcada por dos sensaciones fundamentalmente: el miedo y la tristeza.” (p. 818).

Retomemos de nuevo a De Freitas, pues dentro de su obra nos indica que este origen de la melancolía no sólo era su origen como proceso fisiológico, como se mencionó previamente, sino que además es el inicio de la concepción de ella como una patología, una historia que la descalificaba (...) (2016, p. 819). Sin embargo, la historia de la melancolía no se limita a su relación con la producción de sensaciones y emociones negativas. No tomaría mucho tiempo para que la nombrada bilis negra se convirtiera también en un catalizador de eventos relacionados con un culto, o algo de lo cual se podía tener una representación colectiva positiva, aunque bien se percibiera desde el conocimiento médico como algo patológico o indeseable.

Hablamos de “genialidad”, pues fue la expresión utilizada por Aristóteles en su problema XXX, donde formuló la posibilidad de que todas las personas que se destacaban excepcionalmente en sus ámbitos fueran a su vez melancólicas. “De esta manera, la melancolía vendría a relacionarse en el Problema XXX con la lucidez, la

excepcionalidad y la sensibilidad adquiriendo un contenido nuevo y positivo, desde donde fue posible reconocer y explicar a la vez el fenómeno del “hombre genial”. (De Freitas, 2016, p. 821)

El propósito de haber dado lugar al origen de la melancolía no es otro que dar una introducción aún más precisa a las formas de expresión que, durante toda la historia, han sido inspirados por ella, o una serie de sentimientos comunes que encuentran un refugio reivindicativo/positivo afín.

De esta manera, pareciese simple señalar que el meme depresivo podría identificarse como un “producto” melancólico, en tanto apela a los sentimientos y/o expresiones psicológicas que antes se han descrito.³³ Sin embargo, y no es un descubrimiento en sentido alguno, estos memes no son los únicos “productos melancólicos” de este tipo que podríamos identificar en la historia posterior a la noción de melancolía, como se ha ejemplificado.³⁴

Para comprender esta nueva transformación del meme es relevante ejemplificar brevemente las formas de expresión afines inspiradas en la melancolía. Conocemos ya que el término tiene un origen filosófico griego. Y, por la contrapartida que enunció Aristóteles mencionando el factor de “genialidad” que la melancolía contiene, da origen a múltiples obras artísticas, poéticas y filosóficas de este orden.

En la edad media, se destacó también al hombre con melancolía como “un poseído por el pecado capital de la acedia, por el demonio de la pereza o por el *taedium cordis* del que habla San Agustín.” (De Freitas, 2016, p. 818). De igual manera, para Santo Tomás, aunque tanto la melancolía como la tristeza se originan en afecciones del alma, argumenta la forma en cómo estas emociones terminan por influir en la acción humana y, en última instancia, en la búsqueda de la “virtud”, para sus fines teológicos (Pinedo, I. 2021). Es decir, contó con legitimidad, pero no fue en el pensamiento de la edad media donde se le estimó un valor positivo.

Sería hasta el renacimiento, época conocida popularmente por el resurgimiento de la cultura griega en múltiples campos, que la melancolía retomaría un papel relevante en las producciones artísticas. Para repasar de mejor manera obras distinguidas de este periodo,

³³ A medida que se desarrolla la historia, también las formas de caracterizar las cuestiones de la mente, más allá de llamarse psicológicos, espirituales o metafísicos, dependiendo el caso.

³⁴ A aclarar, entonces, que al hacer uso de la palabra “productos” su uso cuenta con un fin descriptivo, se referencia, de forma abstracta, a una serie de formas de expresión materializada en una obra, en un algo tangible (material) o intangible (digital).

retomemos la obra de Bartra (2017), donde repasa la historia moderna de la melancolía en el mundo del arte, especialmente en la pintura. Señala el autor, por ejemplo, que “desde el Renacimiento, la melancolía se introduce en el arte como un motivo muy concreto que puede contemplarse en el famoso grabado de Durero de 1514, donde presenta al ángel de la melancolía.” (p.17). De igual manera el autor nos permite evidenciar la importancia que tuvo el renacimiento para la existencia de este tipo de obras melancólicas señalando que:

El aura melancólica hace que los sujetos aparezcan y desaparezcan, se pierdan y se encuentren, hasta nuestros días. El ángel de la melancolía no ha perdido su objeto amado: por el contrario, con su mirada lo construye. La historia del arte nos muestra algunos momentos sintomáticos en los cuales la melancolía parece ser la fuerza secreta que le da un sentido a las obras, ya porque el genio del artista es alentado por el humor negro —como en los ejemplos famosos de Miguel Ángel y Rafael— o porque los objetos representados evocan en el espectador un sentimiento de tristeza por la ausencia o la fugacidad de aquello que aprecian. (Bartra, R, p.19)

Del mismo modo, Bartra da ejemplos de obras melancólicas características de la modernidad. Demostrando, de cierto modo, una preservación de la estética melancólica, o del humor negro. Expresando que “el nuevo sujeto de la modernidad riega su ego con las lágrimas de la melancolía. Este goteo lacrimoso tiene una extraordinaria expresión artística en Francisco de Goya, que representó la melancolía mediante la pérdida del máspreciado de los objetos — la razón—” (2017, p. 17).

Se presenta y evidencia entonces todo un trasfondo acerca de cómo la representación cultural y filosófica de las emociones aparentemente negativas e “indeseables” se han preservado históricamente en múltiples escenarios artísticos, culturales e intelectuales como un rasgo de la condición humana. Desde las tragedias griegas hasta los memes depresivos. Destaca la manera en que, aun siendo reconocida como una condición patológica en sus respectivos contextos, las herramientas culturales expresadas en signos abrazaron estos estados de ánimo —o de la salud si se quiere— y las culturas según su contexto adoptaron estas características.

Evidentemente no es intención de simplificar estos procesos culturales sino de distinguir las características que históricamente han moldeado los significados que se encuentran allí adjuntos a las distintas reivindicaciones culturales sobre la depresión, las

emociones tristes, la melancolía, angustia, dolor, pena, y demás rasgos que componen estos padecimientos en un amplio espectro.

Memes en la Interacción Digital

Entendiendo ahora que los memes depresivos son una forma más de producto u obra melancólica, a las muchas otras obras que se hicieron referencia previamente se podría, por supuesto, añadir también productos distintos que han hecho y hoy en día hacen referencia a este “doble significado” de sentimientos asociados con la melancolía, a saber: la música, la literatura, el teatro y el cine, son productos que históricamente han expresado en gran medida las tragedias y el sentimiento melancólico en general. Sin embargo, la forma que ha tomado esta serie de nuevos significados cuenta con una particularidad, connotaciones contextuales y conceptuales que bien podrían estar correspondiendo a un fenómeno, ya no solo de comprender el sentir como algo de los rasgos humanos o cotidianidad psicosocial, sino, habiéndose ya identificado como una enfermedad, es decir, en términos ya no solo médicos sino científicos, que el padecimiento de estas condiciones afectan al desarrollo efectivo de las actividades de un individuo en tiempos contemporáneos, una condición cuasi médica conceptualmente hablando, haciendo estos memes referencia explícita a problemas de la salud mental tales como ansiedad, depresión, ideación suicida, entre otros.

Si bien los memes históricamente, desde la mirada de Dawkins, se concibieron como una serie de ideas replicadas en diversos contextos culturales, para la relevancia de la presente investigación precisa relacionarlos con el objeto que estos son, la cosa a la que están ligados a día de hoy, ya que ya no solo se representan en un plano del lenguaje auditivo y tangible simple (ideas comunicadas, acciones replicadas), sino también al visual e intangible (ideas escritas e ilustradas, en la red de internet). Esto transforma no sólo las formas de difusión e interpretación de las ideas socialmente compartidas, sino también el espacio-tiempo o escenario en que se mueven: internet y redes sociales.

Los memes depresivos se encuentran en un nuevo plano de la interacción social, un espacio digital; espacio en donde las formas de comportamiento funcionan con otras dinámicas y se hacen posible —quizás similares o distintas, como se verá— interpretaciones del intercambio social, sin desligarse evidentemente de una forma social de interacción propia, o espacio social. Es decir, que, si bien cambian las dinámicas, los significantes y los significados se adaptan, no deja de ser ni una interacción social ni contener algunas de las características de una semejante, a saber:

Estas características del internet, para McKenna y Bargh (2000), son fundamentalmente cuatro. El anonimato: la posibilidad de ocultar la identidad en la Red; la ausencia de comunicación no verbal: no presencia de señales visuales y auditivas en la comunicación textual por ordenador; el distanciamiento físico: en Internet la comunicación no está limitada por la dimensión geográfica. Y la última de estas características es el tiempo: Internet permite establecer una comunicación sincrónica (en tiempo real) o asincrónica (permite retardarlas respuestas). Todo ello trae consigo que la utilización de uno u otro medio de comunicación determine que las relaciones personales se desarrollen y manifiesten de forma diferente. (Moral, F. 2009. p. 232)

El anterior sería entonces un filtro pertinente sobre el cual entender el espacio y tiempo que ocupan los memes depresivos en la vida de los usuarios de internet, que en últimas son sus prácticas de uso de redes sociales, sus imaginarios e identidades a través del tiempo. Lo anterior permite también examinar una nueva serie de significados que determinarán los temas sobre los cuales se hacen tendencia o si contarán con aceptación y réplica en redes sociales, además de su permanencia en el tiempo.

Destacaría de igual forma el tipo de vínculo que se ha creado entre usuarios donde al no compartir nacionalidad, o lengua en muchos casos, resulta particularmente provechoso para comprender una homogeneización de las expresiones culturales, pues en estos “nuevos” espacios digitales amplios, de diferentes usuarios interactuando, se han establecido tendencias, ideas afines compartidas y replicadas en el internet por usuarios que en términos materiales se supondría que no comparten formas de sentir y pensar tan similares como se podría pensar desde distintos paradigmas de las ciencias sociales. Sin embargo, este uso de medios digitales en sus ambientes laborales, sociales, académicos, etc., evidenciarían tendencias que probarían lo contrario. Lo anterior permitiría afirmar que sí hay unas condiciones —naturales y/o estructurales— que determinan que una serie de ideas tan específicas se compartan por usuarios de las sociedades globalizadas, activas en el uso de redes sociales.

II

Además de su componente cultural y social, resulta relevante precisar en la formación del meme como objeto en sí, descomponer el proceso de creación del meme para entender bajo qué marco esta nueva tendencia se hace fenómeno.

El ámbito que más ha evidenciado la presencia de componentes en que se han concretado ideas y emociones depresivas o melancólicas, hoy plasmadas en el meme depresivo había sido en el campo del arte. Entendiendo al “arte” en este caso como aquella cosa —producto en abstracto— que requiere creatividad y técnica, que busca expresar y/o comunicar, y que se consume a nivel cultural y es reconocida socialmente.³⁵ Claro está que la creación del arte, o más bien la difusión del mismo, antes de la llamada “Sociedad de la información” había correspondido a una serie de pautas institucionalizadas que fijaban de manera implícita o explícita qué tipo de obras se popularizaban o no; fue esta nueva era digital la que permitió a productos como los memes ser una forma de expresión democratizada, o en términos explícitos, que “cualquiera”, a diferencia del arte anteriormente, pudiera contar con la capacidad de difundir este contenido.

Tratar de relacionar esta idea de una “democratización del arte” con la creación y difusión de productos “artísticos” digitales resulta bastante simple. Los memes encuentran su popularidad en un momento de ascenso exponencial de los medios digitales y, con ellos, las redes sociales con las que convivimos aún hoy en día y las ya extintas. Quizá en un primer momento, crear y/o editar una imagen se presentaba como un conocimiento técnico y reducido para la mayoría de los usuarios de internet. Después, diversas compañías crearon editores de imágenes incluso para teléfonos inteligentes (Picsart, Photoshop Express, Aferlight e incluso el mismo Instagram). Tardaría poco tiempo para que eventualmente la edición de imágenes se convirtiera en una función integrada de las aplicaciones móviles de redes sociales. Con esto, lejos de tratar de enmarcar al meme como un producto artístico, que no es en absoluto la intención, se quiere hacer un paralelismo de un caso de democratización de este conocimiento y poder de difusión anteriormente exclusivo.

2. El auge del contenido depresivo

Como bien se ha insistido con anterioridad, el internet tiene a su modo la facilidad del anonimato, o el seguro de poder expresar formas individuales y sociales de sentir y pensar que son solamente públicas hasta donde el usuario racionalmente lo elija. Sin embargo, y para que se pueda hablar de identidad a partir de las redes sociales en línea, existen una serie de determinantes que permiten que en un espacio como este se esparzan las ideas, la cultura y la identidad; uno de estos determinantes es el “perfil”, y la interacción por medio de “me

³⁵ Más allá de corresponder a un fenómeno de Industria Cultural o no, para el fin de la presente se busca identificar a la obra como objeto de difusión y consumo masivo, consumido e interiorizado.

gusta” o *likes*. Desde el interaccionismo simbólico se explicaría de manera que, la interacción que existe entre el like y el compromiso de uno o varios usuarios con el tipo de contenido que ha recibido este tipo de interacción, se puede atribuir a un significado creado desde el funcionamiento de la red social para una identidad del usuario a través de un símbolo; un like significa que el o los usuarios presentan algún tipo de vínculo, reconocimiento, o conexión sujeto-objeto con el contenido publicado. En otras palabras, se valida por medio de un “voto”. “El interaccionismo simbólico, sugiere que la identidad se construye básicamente a través de la interacción social, por lo tanto, la conexión individuo-ambiente, ya sea el grupo social o cualquier tipo de influencia externa, va a marcar la diferencia en su desarrollo.” (Sosa. M, p. 44)

Lo anterior es relevante porque permite trazar una línea para llegar comprender una forma de concentración de contenido con el que se puede empezar a identificar una interacción significativa, sobre un tópico recurrente y específico en las redes sociales, en este caso, de Instagram;

El éxito de Instagram recae en la facilidad de comunicación entre todo rango de personas o entidades que en ella se insertan sin necesidad de pertenencia a ningún grupo social concreto, es decir, ampara tanto a niños como a adultos con trasfondos socioeconómicos, personales, culturales y laborales diferentes. Como resultado, el aluvión de gustos, creencias, ideologías y motivaciones aglomeradas y propulsadas por Instagram evidencia su relevancia sobre el proceso de construcción de la identidad. (Sosa. M, p. 49)

Y es que, una de las formas en que el contenido creado por usuarios logra expandirse de forma exitosa es a través de codificaciones según el tipo de contenido, fueron los “*hashtag*”.³⁶

Rastreado los fenómenos que pudiesen acercarse a una correlación entre memes y contenido depresivo, dató el artículo de McCosker, A. y Gerrard, Y. (2021) *Hashtagging depression on Instagram: Towards a more inclusive mental health research methodology* «Hashtags sobre depresión en Instagram, hacia una metodología de investigación en salud mental más inclusiva». En este estudio, se hizo un análisis estadístico-descriptivo sobre el

³⁶ Hashtag, hace referencia a una etiqueta a manera de código que contienen las publicaciones de algunas redes sociales para identificar el tipo de contenido asociado a la publicación particular. El usuario los puede crear, es decir, crear nuevos hashtags, y el algoritmo se encarga de priorizar y/o mostrar estas publicaciones a usuarios afines a este hashtag o contenido; cualquier usuario puede de manera directa buscar un hashtag e interactuar con todo tipo de publicaciones al respecto del código de su interés.

hashtag “#depression” en la red social Instagram, para así revisar el uso que ya no solo la plataforma en su forma de organizar información muestra a los usuarios que hacen esta búsqueda en su sistema de búsqueda principal, sino todo el contenido que en su creación es marcado con este hashtag por los usuarios a la hora de crearlo.

Se encontró del hashtag «#depression», explican los autores, en una menor cantidad con respecto al total, contenido que abordaba realmente la experiencia de la depresión a nivel médico con respecto a otro tipo de contenido con esta etiqueta o hashtag, observaron en cambio, lógicas de humor “memético”; esto nos permite identificar en primer lugar un abordaje, hasta ahora nuevo con respecto a las expectativas comunes que un usuario sin mucho conocimiento en fenómenos de internet podría llegar a tener concebido con lo que el contenido sobre la depresión podría tratar.

Observamos patrones de uso de hashtags y trabajo de perfil. que incluyen lógicas meméticas humorísticas (Milner, 2016), visibilidad matizada y conectiva prácticas a través de la ‘modulación de la intimidad’ (Lasén, 2015) en respuesta a los problemas, estados estéticos y de salud mental relacionados con la depresión (McCosker, A. Gerrard, Y. 2021, p. 3)

Ging y Garvey analizan una muestra de hashtags “pro-anorexia” en Instagram para enfatizar su papel en “integración” y normalización de los trastornos alimentarios, y también su papel a la hora de revelar la normalidad de la insatisfacción corporal en la vida de las mujeres jóvenes (McCosker, A. Gerrard, Y. 2021, p. 7)

Del anterior estudio, se encontró que la mayoría de contenido con el hashtag «#depression» se dividió en contenido o citas sobre personas en estados de tristeza y melancolía que tenían fines “inspiracionales” (mensajes de esperanza y recuperación) o fines de mero reforzamiento y expresión de infelicidad asociada con la depresión. El segundo apartado determinó “El segundo conjunto de prácticas se apropia del hashtag como recurso memético, a menudo con un sentido de irreverencia, subversividad y *pathos*, pero en un esfuerzo por utilizar el poder conectivo de la etiqueta popular para ganar atención y Me gusta.” (...) (2021). El tercer y último apartado, correspondiente a usuarios promoviendo ayuda y apoyo, contenido informativo y educativo al respecto, resultó ser el de menor cantidad significativamente en la muestra.

Concluyen que la salud mental como contenido informativo o educativo podría contar con una estigmatización desde los números de interacción que los usuarios tienen con este

tipo de contenido, o lo que es lo mismo, que los usuarios prefieren abordarlo desde otro tipo de contenido.

Identificaron también que, si bien el contenido de “primera persona” o selfies³⁷ abunda en otros hashtags en Instagram, esa misma representación visual es evitada en el uso del hashtag #depressed. Lo anterior permitiría evidenciar la existencia de un desligamiento individual o personal por parte de los usuarios sobre el contenido etiquetado como depresivo en la red social de Instagram para el año 2021. Esto nos permite comprender que existe un factor de legitimación de este contenido; es decir, que los usuarios interactúan con este tipo de contenido, lo crean bajo un hashtag, lo validan al compartirlo, pero, desde su creación o emisión, se mantiene una postura de distanciamiento en la forma, entre la relación explícita de un usuario individual con este contenido.

Habría que determinar entonces el grado de afinidad que tienen los usuarios con este tipo de contenido, es decir, las condiciones que llevarían a que este tipo de publicaciones de contenido y memes depresivos se aborden y se compartan de forma irónica como lo identificó Chateau, más allá de la cercanía o no, tiene legitimidad de algún grado.

Chateau (2020), en *Irony, Memes and Risk in Internet Depression Culture* argumentaría como posible respuesta, que el sentido compartido de que este contenido sea en un gran porcentaje perteneciente a un contenido socialmente interpretado como humorístico —memes— vendría a representar un fenómeno de aceptación social racional sobre una serie de valores e ideas que se empiezan a compartir de forma legítima pero no necesariamente atada o realmente implicada a esas ideas, creencias o incluso, padecimientos. (...) En otras palabras, para Chateau, estos usuarios que catalogan este contenido bajo la depresión o incluso que replican masivamente estos memes depresivos se estarían identificando con el contenido alusivo a la depresión —a verse explícitamente ilustrado más adelante— pero no corresponden a una estructura estable de significado; por esto, al igual que lo hizo Erving Goffman, problematiza este comportamiento de usuarios como roles o máscaras adaptados a una hasta ahora aparente cultura que usa memes depresivos basada en el humor y la ironía.

2.1 Análisis de las formas de expresión de los usuarios en las redes sociales en línea

Partiendo del planteamiento anterior y los postulados de Goffman en *La presentación de la persona en la vida cotidiana (1981)*, acerca de la presentación de los actores en un

³⁷ Fotografía que se toma una persona a sí misma, en solitario, usualmente desde su teléfono celular

espacio tiempo; en las redes sociales y el contenido depresivo existen las mismas expresiones explícitas e indirectas que Goffman evidenció en la interacción social “cara a cara”, estos postulados sirven para identificar cómo el funcionamiento de la interacción en internet y redes sociales en línea cuentan con el mismo grado de validez a la hora de evidenciarlos en el espacio digital, y además, funcionaría para identificar los aparentes sentires y expresiones representativas que tienen relevancia a día de hoy, una expresionalidad basada en la depresión, la ansiedad u otros padecimientos mentales.

Cuando un individuo está ante otro o ante un grupo, Goffman dilucida que el actuante ejecuta una representación frente a un público adoptando expresiones que le permitan controlar la imagen que el público tiene de él. Tales expresiones pueden ser explícitas, como el lenguaje verbal, o bien ser indirectas, como las posturas corporales o los gestos (Ridao, S. p. 84

Primero, Goffman (1981) destaca un primer tipo de expresiones que se realizan en una “presentación” social, las expresiones explícitas, también se abordan desde este autor como las expresiones que el individuo *da*, en contraparte a las que *emanan de él*, es decir, que por medio de una elección racional o habituada, el individuo “incluye los símbolos verbales —o sustitutos de estos— que confiesa usar y usa con el único propósito de transmitir la información que él y los otros atribuyen a estos símbolos.” (p. 14) En las redes sociales en línea, estas expresiones explícitas se adaptaron como herramienta traída al espacio digital; existen una serie de símbolos, tanto lenguaje común como palabras del internet que están fijadas a partir de unos estereotipos comunes que comparten, estas se usan bajo una elección explícita del emisor. Aquí, el contenido con el que se interacciona, las formas de representación de un perfil de redes sociales totalmente creado intencionadamente y las formas de relacionarse a través de lenguaje común como el uso de las distintas “jergas” digitales funcionan como expresiones de este tipo. En los memes depresivos, por ejemplo, además de los términos distintivos de este tipo de contenido, la expresión directa ha aludido a representar verbal o gráficamente el “no encontrarse en bienestar” a través de distintas representaciones.³⁸

En segundo lugar, las expresiones indirectas, identificadas por Goffman también como las que *emanan* del individuo, refiere al tipo de expresiones que comunican

³⁸ Por ejemplo: Es el llamado 'sadposting', el cual en su versión más dura viene caracterizado por imágenes acompañadas de texto que denotan a veces experiencias depresivas y pensamientos lúgubres, o descripciones de anécdotas emocionalmente grotescas, recubiertas de sarcasmo. Diario La Vanguardia. 2020

información para los receptores o espectadores sin usar un medio explícito como el verbal.³⁹ En las redes sociales en línea y en los memes depresivos, estas funcionan de dos maneras, recordemos que estas expresiones se pueden presentar tanto en objetos (por ejemplo prendas de vestir) como en formas de actuar (posturas corporales). En primer lugar, la estética del contenido, esta es una forma de expresión indirecta en cuanto al los demás usuarios encontrarse en un espacio donde (en palabras de Goffman) (1981), su fin es “adquirir información para definir la situación” (p, 13), se basan en la experiencia previa y a través de estereotipos y expectativas para saber que este tipo de información no directa está relacionada con una situación de memes depresivos. En los hallazgos de la recolección de la muestra, se identificaron componentes como el uso de imágenes que representan la ironía a través de un aparente sin sentido.⁴⁰ Con la intención de ser irónicas o no, la estética de los memes indica que se trata de una situación de memes depresivos y por ende, por más de que un usuario “grite por ayuda”, se va a entender bajo el contexto humorístico.

Finalmente, para una *situación estable*, o según Goffman, para que la interacción sea eficaz, hay distintas cualidades que caracterizó Goffman:⁴¹

El marco de referencia que define la situación es en primer filtro la red social en sí misma, la cual, Instagram, para este caso, es comprendida por los usuarios como un espacio para interacción y expresión, donde se difunden y comparten formas de sentir y pensar, entre otras cosas; para este caso, existiría otro marco normativo o interpretativo, y sería el espacio que se comprende alrededor de una publicación de meme depresivo, este espacio significa que se está en una lógica memética, en este caso, irónica y humorística de abordar lo relacionado con por ejemplo el hashtag *depression*. En seguida, la fachada, que según Goffman se presenta en “medio” “apariciencia” y “modales”. Aquí, el medio o el decorado, se presenta a partir de estas expresiones estéticas ya mencionadas, donde la aparición de por ejemplo un perro animado en 3D, resulta como un vehículo transmisor de signo para ser interpretado por los demás usuarios como “la intención tiene este sentido, y no meramente el explícito”. Con respecto a la realización dramática, donde Goffman identifica el *performance*

³⁹ la expresión no verbal, más teatral y contextual, presumiblemente involuntaria, se maneje o no en forma intencional. (Goffman, E. p.16)

⁴⁰ Véase por ejemplo Meme Número 75, Tabla 1

⁴¹ En principio, la “situación” debe estar “definida” a través de, primero un marco de referencia, después, aparecerán elementos que lo estabilizan, tales como la fachada, la realización dramática y la reciprocidad de todas las partes en cada determinada situación.

del acto en sí, se encuentran interacciones como la descripción que acompaña al meme, los comentarios legitimadores, los me gusta, entre otras características.

Mientras se encuentra en presencia de otros, por lo general, el individuo dota a su actividad de signos que destacan y pintan hechos confirmativos que de otro modo podrían permanecer inadvertidos y oscuros. Porque si la actividad del individuo ha de negar a ser significativa para otros, debe movilizarla de manera que exprese durante la interacción lo que él desea transmitir (Goffman, E. p. 42)

La evidencia son los comentarios que suelen tener estos memes, usuarios a través de comentarios tales como; «soy yo» «soy ese» «yo», dando a entender que comparten algo con este contenido.

2.2 ¿Cultura depresiva a partir de la cultura de masas?

Es deducible que la cultura de los memes depresivos haya sido precedida por alguna cultura *cuasi* depresiva que se expresa en otros distintos espacios culturales y del mercado antes de las redes sociales en línea,⁴² pero, más allá de otro repaso histórico, resulta útil identificar la herramienta y ejemplos de la aparición de distintos productos basados en ideas como este culto a la depresión, para luego, solidificar una *cultura de masas*, que ya no remite a una única cultura local rindiendo culto a un sentimiento, sino a una estandarización cuasi global de la misma, más aun teniendo en cuenta que, como indica Adorno, “Los estándares habrían surgido en un comienzo de las necesidades de los consumidores: de ahí que fueran aceptados sin oposición” (Adorno, T. & Horkheimer, M. p. 166).

Y es que, según Adorno, los consumidores buscan en la experiencia de los distintos productos de las industrias culturales una reproducción de la vida cotidiana:

La industria cultural ofrece como paraíso la misma vida cotidiana de la que se quería escapar. Huida y evasión están destinadas por principio a reconducir al punto de partida. La diversión promueve la resignación que se quisiera olvidar precisamente en ella. (Adorno, T. & Horkheimer, M. p. 186)

El consumo “depresivo” tuvo distintas representaciones en las distintas industrias culturales. Cómo indica Adorno, el cine, la radio, la industria musical, todas estas constituyeron un único sistema (...) (p. 165). El ejemplo más claro, debido a las similitudes de componentes, formación de comunidades, símbolos, e incluso representaciones

⁴² Como por ejemplo se observó en la página 56 sobre el “consumo triste”

emocionales, podríamos encontrarlo en algunas de las “tribus” “contraculturas” o “subculturas” del siglo XX como lo fueron en el mundo occidental las subculturas Punk y Emo.⁴³

Y es que la industria cultural permitió que productos, pasaran a convertirse en herramientas ideológicas cargadas de sentido. Para este caso, estas utilizaron los sentires emocionales individuales y colectivos para la masificación de estos productos y herramientas, es decir, compartieron un fin a su vez mercantil e ideológico.

La subcultura “emo” por ejemplo, es un perfecto ejemplo de cómo a través de productos desde la industria cultural se ubicó una cultura de masas basada en este caso a partir de unos elementos estéticos, basado además en unas ideas compartidas y designó la conformación de identidades. En este caso, la industria musical fue la que comenzó como uno de los principales componentes de esta subcultura:

El vocablo “emo” fue empleado por primera vez en 1985 por uno de los representantes de la banda musical Rites of Spring en Washington, D. C., al describir su estilo musical que expresaba sentimientos de soledad y añoranza por el pasado, tanto en su melodía como en su letra. (Rizo. P. p.43)

Esta subcultura, como se pudo esparcir a través de la estética de la Industria Musical en los años 80, contó con que no solo la juventud estadounidense quiso adoptar estas expresiones, sino que distintos grupos de jóvenes de países como Colombia, México, Argentina, Ecuador, etc., quisieron “pertenecer” al replicar muchas de estas ideas y componentes.

Se caracterizó por expresiones muy similares a las de los memes depresivos, simplemente que quizás sin el componente humorístico. Indica Rizo (2009):

- “El vínculo que se establece entre los miembros de estos grupos es emocional, por identificación con el sufrimiento y las experiencias de abandono o soledad que han vivido o con las que se solidarizan.”.

⁴³ Ídolos y subculturas se encuentran fuertemente enraizados a la individualización que se produce en la sociedad postindustrial, en donde las identidades “a la carta”, sustituyen la estandarización en el terreno de la producción y también de la cultura y los estilos de vida como vehículos de identificación más potente. Por su naturaleza lúdica y libre (profundamente juvenil), no adscrita por nacimiento, ni méritos, serán piezas, en la revitalización del cuidado del yo y la preocupación moral y estética por la realización personal. (Gil, A. R. & Pascal, M. A. S. M. 2012, p.199)

- “Como movimiento, es una protesta pasiva ante las posturas intolerantes de la sociedad global en general, buscando hacer contacto, ya sea presencial o a distancia con personas afines a su sentir.”
- “Su expresión es a través de la música y de la imagen física, en la que se encuentran diversas influencias: de caricaturas japonesas, de personajes reales o de fantasía, así como de bandas de música” (p.46.)
- “Sus códigos y rituales representan una simbología que reafirma la pertenencia al grupo y establece delimitaciones hacia el exterior. De estos símbolos forman parte los colores, el tipo de peinado” (p. 47)

Se evidencia entonces, primero, que respondiendo a unas necesidades emocionales, además de “biológicas”,⁴⁴ un tipo de población, ya identificada usualmente como “jóvenes”, tiene una suerte de negociación con la industria cultural, la cual, en un proceso de entrada y salida, casi como el internet a día de hoy, sabe de las necesidades en este caso emocionales de una población; a partir de estas necesidades, les brinda unas herramientas dinámicas para expresarse y desarrollar su identidad. Estas herramientas se adaptarán según el contexto, y tendrán unos componentes que según el tipo de subcultura destaca unos sobre otros; en este caso destacó la estética, los códigos, y la expresión. De lo anterior, no obviar que esta por ejemplo se basa fundamentalmente en las emociones, que, aunque quizás algo más difícil de identificar, sigue siendo un elemento brindador de identidad.

Esto permitió a Chateau problematizar acerca de un posible “fenómeno” o “subcultura de” para comprender ya no solo los memes depresivos sino el contenido humorístico basado en las máximas de estos; hechos de legitimidad de algunos trastornos o problemas de salud mental. Pues, estos memes, por ejemplo, cuentan con los componentes comunes que a otras subculturas en el pasado; con especial énfasis en estas mismas características, la estética, los códigos y el tipo de expresión. Claro está que, la expresión, aquí dejaría de ser explícita como en la vista anteriormente, y vendría a tener un carácter humorístico, irónico, y por supuesto, a comprenderse en un nuevo espacio donde las lógicas pueden (o no) tener distintos usos y significados.

⁴⁴La pertenencia es una necesidad humana que logra su satisfacción a través de las relaciones interpersonales. Maslow (1954) la sitúa en tercer lugar dentro de la jerarquía de necesidades, después de las necesidades fisiológicas, de sobrevivencia, de seguridad y protección (Rizo, P. p. 27)

De las culturas digitales

Desde hace ya varias décadas, estos elementos culturales mencionados hoy hacen parte de otro espacio además de la interacción cara a cara, este espacio es el digital.

Para poder realizar un análisis al respecto, y llegar a describirlo y caracterizarlo, se debe estar ubicado primero desde el contexto y concepto de la actual “sociedad de la información”, concepto enriquecido por algunos de los postulados más relevantes de Manuel Castells en *La Era De La Información*.⁴⁵ A este fenómeno particular le surgen una serie de acontecimientos sociales que abordan a los individuos de esta “sociedad”; Lasén y Puente en *La Cultura Digital* exploran el desarrollo de estos nuevos acontecimientos, en el que, como también Castells identificó, la construcción de la identidad, al igual que muchos otros aspectos culturales van a desarrollarse sobre unas “nuevas” condiciones económicas y sociales particulares. Como causa de estas, se creará una cultura con epicentro en los espacios digitales.

I

La primera condición que distinguieron principalmente fue desde la aparición de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a mediados de los años 90, así como la globalización de las mismas.⁴⁶ La conformación de sociedades de la información globalizadas, a partir de estas tecnologías, permitió, entre otras cosas, distintos fenómenos de homogeneización para varias de las prácticas que tendrían con respecto al uso de estas herramientas, tanto de manera local como global; Primero, la generación y distribución dinámica e internacional de productos y servicios. Segundo, la capacidad de renovar y masificar los medios de obtención de comunicación, información y conocimientos a través de educación y otros tipos de aprendizaje. Finalmente, hay un último momento que resulta fundamental en la cronología para las formas de expresión masivas; la relegación al usuario de hacer participación de estos medios.

⁴⁵ La sociedad de la información, para Castells, es la promotora del uso de la red de redes, así como de otros tipos de comunicación satelital que facilitan el comercio, la actividad bancaria y financiera, la búsqueda de información para fines lúdicos, escolares y para la vida cotidiana. Se caracteriza por permitir comunicación de manera instantánea, veloz, sin tiempo y a bajo costo. (Flores, Galicia, & Sánchez, p. 22)

⁴⁶ En Colombia por ejemplo, si bien el primer computador llegó en los años 50, fue hasta finales de los años 90 en que la agenda presidencial priorizó el uso de las tic a nivel masivo: El documento Conpes 3072 de 2000 creó el programa Agenda de Conectividad, responsable de masificar el uso de las tecnologías de la información en Colombia, buscando aumentar la competitividad del sector productivo, modernizar las instituciones públicas y de gobierno, y socializar el acceso a la información. (Tello, D. p. 8)

Sin embargo, para que puedan existir unas culturas digitales, esbozan algunos conceptos prácticos que son quienes van a moldear finalmente la relación entre el usuario y el espacio digital:

1. Agencias Compartidas

Según Lasen y Puente (2016), las agencias compartidas son una compleja red de interacciones donde lo humano y lo tecnológico se entrelazan. Implica la coexistencia de dispositivos y usuarios, donde ambos influyen y son influenciados por las prácticas, necesidades y deseos de cada uno, generando un constante intercambio y adaptación entre ellos. (...) (p.8). Lo anterior, busca que la materialidad del espacio digital sea sometida a análisis teórico. En otras palabras, es la interiorización del uso y la familiaridad con los dispositivos, el internet y las redes sociales lo que permite la existencia de culturas e identidades en estos espacios. “La tecnología es agencia, y no un mero dispositivo dócil (Callon, 1991; Latour, 1998)”

De este modo, la agencia compartida se articula sobre la base de un complejo entramado de redes de actividades, negociaciones e iniciativas que provocan distintas estrategias de resistencia, aceptación, readaptación o rechazo de los diseños originales, reconfigurándolos colectivamente entre los distintos actores implicados, donde no solo están implicados usuarios y artefactos, sino también las condiciones de comercialización marcadas por fabricantes de dispositivos, operadores, servidores y propietarios de las plataformas digitales (Lasén, A & Puente, H. p. 9)

2. Población alfabetizada

Al igual que cuando se trató de memes —página 18—, también se identifica que para poder surgir las culturas digitales, la necesidad de una sociedad interactuando y necesitando de este espacio digital en distintos ámbitos fue necesaria, la consolidación de un “usuario”:

En cuanto a la población, las nuevas sociedades del conocimiento requieren ciudadanos activos —en proceso de formación continua— capaces de adecuarse a las necesidades mutables y dinámicas de la sociedad (en el ámbito laboral, cultural, identitario...) e instruirse continuamente en todo tipo de saberes, y de manera muy especial, en las competencias más relacionadas con la cultura digital y el alfabetismo tecnológico (Lasén, A, Puente, H. p. 6)

3. “Prosumidores”

De la misma manera que se abordó anteriormente, para que se consoliden culturas en espacios digitales es necesaria la autonomía del usuario a la hora del intercambio cultural, además de otras características como por ejemplo se evidenció en la subcultura “emo”. Por lo anterior, las tic, pero sobre todo, las redes sociales, permitieron que usuarios al ser dueños de sus medios de expresión, contaron con la capacidad de ya no solo consumir sino ser productores y, por ende, contribuir con la masificación de las ideas de manera ya no solo ideológica sino material, o al menos expresada en productos multimedia en el espacio digital.

Desde 1972, McLuhan y Nevitt ya previeron que con el auge de las nuevas tecnologías de la información y los avances en el campo de la electrónica los consumidores podrían llegar a convertirse en productores al mismo tiempo, que los receptores de los medios podrían utilizar esos mismos medios para emitir contenidos. Ocho años más tarde, Toffler (1980) daría nombre al fenómeno del prosumidor. En la actualidad, la noción de prosumo se encuentra estrechamente vinculada al concepto de mediación, donde los prosumidores son simultáneamente consumidores y productores de contenidos. Sin fines claramente lucrativos, los prosumidores consumen, producen e intercambian información y conocimientos (Lasén, A, Puente, H. 2016, p. 9)

Los memes depresivos se encuentran íntimamente ligados a esto, incluso, se podría discutir que van un poco más allá, siendo que la autoría o producción no siempre resulta identificable, o lo que es igual, que una cultura que usa memes depresivos no necesita reconocer “ídolos” o, a diferencia de las subculturas emo o punk, no necesita de “bandas de rock” para definir sus principios, valores y/o estética; esta construcción comparte elementos de la industria cultural, pero pertenece a una reafirmación cultural colectiva apropiada.

II

Otro de los aspectos que permite que se presenten culturas específicas—memes depresivos— en el espacio digital es la disputa de las varias ideas hegemónicas que han permitido el acceso y uso de las nuevas tecnologías. Si bien, antes se podían presentar en otros espacios, como manifestaciones entre subculturas, protestas contra grupos sociales o ideas, hoy, están al alcance de un dispositivo en el bolsillo, no requiere ya de una organización o movilización social para expresar masivamente una opinión o un sentir.

Lo más importante es que los nuevos medios se abren para admitir las exigencias del usuario y satisfacerlas. Esto implica no sólo mayor participación del

usuario en la selección de contenidos, sino en su creación y transmisión. “La digitalización y la interactividad han planteado un desafío a la hegemonía del lenguaje y la escritura como únicos medios de expresión de la racionalidad” (Vizer, 2009). Y no sólo de la racionalidad, sino también de las emociones. Hoy, nuevos entornos de circulación simbólica caracterizan nuestras interacciones (Pinto, L. 2015, p. 118)

Así, estas plataformas al comenzar a diversificarse entre usuarios y posteriormente más personas que no comprendían el mismo contexto local bajo el cual algunas de estas redes sociales en línea fueron creadas,⁴⁷ comenzaron a compartir contenidos de todo tipo de culturas, y estas a tener una suerte de sincretismo según conveniencia, utilidad, visualizaciones, entre otros aspectos.

Los memes en la cultura digital son entendidos por Shiffman como “folclore posmoderno”, o, por Gurionova como “folclore digital”. Vehículos donde se comienzan a compartir normas, valores y creencias construidas por medio de artefactos o manifestaciones culturales de estas mismas culturas en construcción, convertidas luego en culturas digitales. De la manera que se rastreó anteriormente en el origen de los memes; estos, explica Rowan, sirvieron como respuesta a estas nuevas posibilidades de expresión; después aparecerían “celebridades”, “influencers”, “creadores de contenido”. Pero la inmediatez y simpleza que presentaba este artefacto tan al alcance de cualquier usuario presentó ese primer momento de buscar ser entendido por quien siquiera lo viese y posteriormente desarrolló todo un nuevo entramado de alteraciones, adaptaciones a contextos, entre otros.

Esta noción de folclore digital nos permite ver lo borrosas que son las fronteras entre lo analógico y lo digital. Dichas fronteras nos dan cuenta de cierta materialidad de las redes, de cómo prácticas predigitales asumen un papel preponderante dentro del entorno digital. Basadas en la repetición, en la reiteración de ciertas tipografías, en la plasticidad de lo colectivo. Los memes son hijos de la inmediatez y la participación colectiva. Responden a una economía de recursos. Están hechos con cosas que se tienen a mano (Rowan, J. 2015, p. 23)

Además, el hecho de que estos fenómenos atravesasen barreras locales correspondió a, como se evidenció antes, un auge de las ciudades globales con especial énfasis en el manejo

⁴⁷ El propósito inicial de Facebook era convertirla en una red privada de intercambio de información entre los estudiantes de Harvard. Debido a su éxito, en pocos meses se amplió su uso a otras universidades en el área de Boston, hasta volverse popular en todas las universidades estadounidenses. En septiembre de 2006 se permitió el acceso del público general. (Molina, D. 2021)

de su información y su comunicación; de esto, resaltar también la capacidad de esparcimiento que se irá incorporando cada vez más en la medida en que ciudades o nuevos puntos estratégicos fueron necesitando. “El medio más importante en el presente es la red computacional global emergente, la cual puede transmitir cualquier tipo de información a prácticamente cualquier lugar en el planeta” (Heylighen, 1996, p. 912)

Entonces, bajo estas necesidades culturales y nuevos espacios, el meme como herramienta comenzó a circular; algunos autores concuerdan en que su uso, correspondió y corresponde a una forma de expresión estética cuyos componentes de significado nacen con un sentido práctico, pero se van deformando. Rowan afirma que algunas de las características fundamentales descritas en los primeros espacios virtuales en donde se compartieron memes (plataforma conocida como 4chan) contaron además con una serie de normas que explicarían el funcionamiento tradicional de los memes;

La regla 3 es «somos anónimos». La 13, «cualquier cosa que digas puede ser convertida en otra cosa». La 20, «nada se debe tomar en serio». La 21, «los contenidos originales solo lo son durante unos segundos, antes de hacerse viejos». La 22, «el copy-paste se ha diseñado para arruinar cualquier principio de originalidad». La 23 dice exactamente lo mismo que la 22. Y la 24, «todo repost es un repost de un repost». (Rowan, J. 2015, p. 26)

Estas vinieron a contemplar la —después implícita— caracterización más fundamental de los memes; en palabras de Pinto (2015), estos se convirtieron en un fenómeno cultural donde los usuarios involucrados hacen una reinterpretación de su realidad social e individual, creando un significado “propio” a ser compartido, y la variación de los mismos, se toma como una resignificación ya meramente social (...). Sin embargo, conserva también elementos originales de su versión primera, estos elementos se presentan como una revalidación, y en últimas, es la que termina dando paso a la creación de contenido en que este elemento “eterno” o “mutable pero no borrable” crea un tipo de cultura u otro.

Memes depresivos en la cultura digital

Los memes depresivos se constituyen bajo distintos componentes y contextos que le van dando forma a esta aparente “cultura” digital particular; Chateau planteó a este nuevo tipo de contenido también como uno que respondió casi que directamente a otro de redes sociales, que goza o gozaba de hegemonía, y que se expresaba a través de sensaciones “buenas” o consideradas el deber ser para los usuarios; El *Happiness Effect*.

Las redes sociales en línea como Facebook, e Instagram, entendidas para esta parte como meras empresas, cuentan con el fin de representar a priori lo que se podría considerar como la identidad de un usuario en su totalidad, esto es intencionado, en términos contextuales, también por los intereses económicos a los que estas plataformas están sujetas, tanto para poderse seguir sosteniendo como para generar ganancias. Estas ganancias se logran, entre otras cosas, a través de los datos que permiten recolectar del usuario, para ajustar publicidad, contenido, etc. En otras palabras, entre mayor —y más claro— sea la construcción de perfil de un usuario, beneficia más a los distintos algoritmos de Facebook e Instagram para poder ajustar los productos, servicios y contenido publicitario más afín al usuario.

Lo anterior contrasta con una serie de interpretaciones y formas de manejo de las herramientas que brindan estas redes sociales a lo que los usuarios tendrían a su disposición, o han tenido con ambas plataformas. Por un lado, la capacidad de elegir racionalmente el qué mostrar creó una suerte de presiones sobre los usuarios; cómo explicaría Goffman, en la “vida real” los actuantes desean controlar las impresiones del público, para ello, hacen uso de la que denominó fachada personal. Aquí, los usuarios entienden que ya no solo la construcción de su perfil en línea, sino las interacciones que comprenden describen y componen la parte de su “self estable”.

Freitas (2017), en *The Happiness Effect: How Social Media Is Driving a Generation to Appear Perfect at Any Cost* «El Efecto Felicidad: Cómo las redes sociales en línea están conduciendo a una generación a parecer perfecta a cualquier costo» identificó estas perpetuaciones del *self* como parte de la coacción del usuario a la hora de representarse en redes sociales. Es decir, que la herramienta para revalidar el “yo” en redes sociales realmente se había convertido en una práctica para la revalidación de un deber ser. Lo nombró “efecto de la felicidad” haciendo referencia a una tendencia de redes sociales que identificó a partir de encuestas y entrevistas a jóvenes estudiantes universitarios. También buscó identificar sus percepciones acerca del tipo de contenido “hegemónico” en redes sociales. Encontró que la mayoría del contenido con el que los usuarios convivían eran cosas felices de sus allegados, y como resultado, el usuario solía compararse con este contenido, y en caso de no sentirse validado, esto creaba una sensación de inferioridad o insatisfacción ya que a diferencia de todo el contenido aparentemente feliz que habitan en redes sociales e internet, ellos respondieron no encontrarse “felices” todo el tiempo.

Los sentimientos de inadecuación surgen cuando los usuarios interpretan que lo que publican otros usuarios es auténtico, a pesar de que ellos mismos se sienten "presionados" a publicar cierto tipo de contenido, uno con el que no concuerdan pero que fabrican con el propósito de publicar. El imperativo de autenticidad detrás de las redes sociales basadas en la identidad es lo que define nuestra relación con ellas. (Chateau, L. 2020)

Sería entonces también este enfoque “contra público”, o en busca de una autenticidad el que terminaría por legitimar un meme depresivo; como ya identificaba Henríquez, generalmente esta construcción de identidades de resistencia se construye en culturas juveniles, determinó, además, desde las primeras plataformas donde se compartía contenido —entre este, memes—, surgían ciertos grupos que reivindicaron contraculturas con respecto a manifestaciones culturales —tanto de redes como de afuera—, críticas no solo a distintos estilos de vida global contemporáneo, del consumo de productos populares, las tendencias en redes sociales, entre otras. (...) (2020)

Los memes depresivos, a diferencia de otros memes, cuentan con la ironía como componente de “escape”. Este componente irónico que trajeron los memes depresivos, es decir, justificando lo que enuncia el contenido con medios burlescos, o que aparentemente no tienen un sentido o fin directo, fue uno de los componentes, además de los memes mismos, como forma de legitimación de esta respuesta al “imperativo de falsa autenticidad” que presentaban las tendencias del “efecto de la felicidad” que identificó Freitas. Buscaría, según Chateau, contrarrestar este mensaje de que en redes sociales la versión mejor, más feliz de los usuarios podría no ser necesariamente cierta; “compartir o dar like a memes depresivos era, no necesariamente la mejor, pero, fundamentalmente, un acercamiento más auténtico” (...) (2020)

Se presenta entonces una aparente cultura basada en la negación de ciertas máximas, la reivindicación de otras —a profundizar su contenido— que, además, se despojan de la característica o el peso de manejar una identidad basada en la construcción de un “self hegemónico”, sino uno que busque romper con la tradición o lo común—hasta ese momento—. El happiness effect fue identificado por Freitas en 2017, y estudios como el de Chateau, Henriquez, McCosker, A. y Gerrard fueron posteriores a 2020, lo que identificaría un auge reciente de un tipo de contenido naciente no mayor a 5 años, o al menos un auge desde el interés por el cual se le identificó y estudió.

Estas fechas resultan importantes, pues, como se abordó con anterioridad, y como identificaron Rowan y González, uno de los componentes sobre los cuales se ha fundamentado el auge de una cultura de internet y permitido su éxito, es el uso de la cultura “pop”, o si se quiere, la globalización, incluso desde la Industria Cultural y la posterior Cultura de Masas que en su momento Adorno y Horkheimer plantearon. Pues, este fenómeno se usa como herramienta en varios de los aspectos que comprenden la interpretación de un sentido por parte de un público o usuarios en contacto con esta serie de productos y servicios cuasi globales; para el de los memes depresivos, pasa exactamente lo mismo, pero se viene a comprender un componente que ya no es meramente ilustrativo o explícito, sino vendría a comprender desde el campo de las ideas y emociones que componen a esta cultura digital. La globalización de las tic no solo ha traído productos y servicios, sino con ellos, la legitimación de ciertas ideas culturales que bien pueden ser construidas en una relación mercado – consumidor, algunas otras traídas y adaptadas a contextos ajenos. Sin embargo, esto no es lo único, también, teniendo en cuenta los postulados de la construcción de sentido permitidas por las nuevas tecnologías de la información, la construcción de ideas entre "prosumidores", retomando la idea de Lasén y Puente sobre los usuarios compartiendo y consumiendo las experiencias individuales, los usuarios construyen sentido a partir de estos espacios también, y encuentran legitimidad en cuanto otros usuarios en búsqueda de una nueva autenticidad, van a legitimar y validar, usando para este caso, por supuesto, el ya nombrado “disfraz de la ironía”.

En conclusión, que los usuarios en búsqueda de distintas identidades, expresadas hoy en día en redes sociales en línea, (a mediados de los años 2000s), han venido a comprender una construcción de sentido obtenida de dos factores fundamentales, primero, sus reacciones emocionales racionalizadas sobre sus contextos locales, individuales, y experiencias colectivas globales, y su relación con los nuevos medios de información y conocimiento, que adquiere un nuevo plano espacial, el digital o de la virtualidad.

Esta búsqueda de identidad, usualmente juvenil, encontrará distintas formas de manifestación, para este caso particular se evidenció, una forma de expresión masiva hecha a partir de herramientas digitales —memes— que van a enunciar de distintas formas una serie de rasgos que se van a venir identificando más frecuentemente en las sociedades globales, los trastornos mentales; estos, bien podrían significar el señalamiento de forma real —lo cual no convierte en verídicos los trastornos enunciados en los memes— de unas formas que ya llevan décadas siendo señaladas y abordadas por otros medios; pues, como se explicó, no es

coincidencia que fenómenos como la cultura emo, y los recurrentes ejemplos de la industria musical, del cine y del arte hayan encontrado afinidad individual y colectiva en este tipo de planteamientos, o de por sí que cuenten con estos “vacíos” que les obliga a encontrar respuesta en forma de, en este caso, identidad.

Memes depresivos en la época de la salud mental

La serie de ideas que se vienen a interiorizar y distribuir masivamente desde los memes depresivos tiene una relación directa con una “alfabetización” global en materia de salud mental, no es coincidencia que en muchos de los casos se repliquen las palabras “depresión”, “ansiedad”, “trauma”, “trastorno”, entre otras alusiones correspondientes a este tópico, y esto no es solo del idioma español, como veremos, “depression”, “anxiety”, son variables que también se presentan en una medida amplia por los usuarios partícipes de este fenómeno.

Lo anterior, se presenta —y se explica— en un momento en que ya no solo desde el consumo cultural sino desde diferentes instituciones globales y locales, además de los diferentes entes gubernamentales se ha estado abordando —y desde la pandemia de 2020 por COVID-19, con gran insistencia— el fenómeno de la salud mental como “alerta mundial” y como parte de planes de acción, además de la alfabetización, cultural global y local que muchos productos también han incentivado.⁴⁸

El concepto de salud mental ha venido mutando desde los siglos anteriores, sin embargo, la distribución masiva del mismo, acompañado de una alfabetización y terminología que señala los distintos espectros, trastornos y traumas ha venido de la mano desde instituciones tanto públicas como entidades privadas con diversos fines; entre ellos, dar a conocer al público general (globalizado) la importancia de reconocer estos desafíos presentes en las distintas sociedades. Como se repasará a continuación

En primer lugar, resulta necesario hacer la distinción entre salud mental como referente teórico y otra ya como este representado en su integración a políticas públicas, su integración en la cultura, o como explica Doron, su “banalización en la literatura, entre otras” (...) (2015). De la misma manera, Doron destaca el surgimiento de instituciones con enfoques en la salud mental entre los años 40s y 60s tanto locales como internacionales (en primera

⁴⁸ Como se ha insistido con anterioridad, filmes estrenados en cines de todo el mundo han abordado distintos temas relacionados a la salud mental, con todo tipo de connotaciones y abordajes, desde temas de suicidio hasta temas de depresión, esquizofrenia, entre otras. (El cine como recurso formativo en el ámbito de la salud. 2005)

medida en Europa Occidental), entre estas destacan el renombramiento y formalización de la World Federation for Mental Health (Federación Mundial para la Salud Mental – WFMH), así como en 1949 la Unidad de Salud Mental de la Organización Mundial de la Salud. Desde estas décadas ya se habían problematizado una serie de cuestiones mentales a nivel macro que estaban relacionadas con la vida moderna;

La NAMH nació bajo el impulso de un informe de 1939 del parlamentario inglés lord Feversham, que señalaba: 1) el aumento de las «neurosis» y las «inadaptaciones» a la vida moderna, lo que exigía la implementación de un sistema nacional de protección de la salud mental; 2) el costo económico de estos problemas para la comunidad, en términos de gasto estatal y de la pérdida de productividad de los ciudadanos (Doron, 2015, p. 5)

Un descubrimiento particular que permitiría añadir herramientas a la comprensión del porqué del éxito de una propagación de este contenido enfocado al sentir, sería en primer lugar—desde el contexto de la alfabetización académica o referente teórico y posteriormente referente efectivo— el enfoque que las instituciones creadas tuvieron al respecto sobre plan de acción para lidiar con el aumento de las enfermedades mentales en el siglo XX. Es decir, cómo implementar prevención y acción en pos de mejorar las condiciones de salud mental.

Lo anterior, en un apartado brevísimo, correspondió a un periodo histórico en que la apuesta de mejorar la salud mental se encontraba en una encrucijada, pues, si bien los científicos y políticos de la Europa “aliada”, en contra del “totalitarismo” y con un discurso de “mundo libre” profesaban la idea de que la adaptación a las condiciones sociales del momento no necesariamente era la solución más adecuada; pues, y citando a Doron, “un ambiente puede ser tal, que la reacción saludable sea cambiarlo” (2015. p. 6). Pero legitimar el cambio a gran escala bien podría ser un discurso que llevase a interpretaciones de revoluciones sociales o transformaciones radicales de la sociedad y relaciones de producción, lo cual no fue el fin para lograr una salud mental total bajo cómo la contempló la “ciencia” (referida como institución) en este periodo de la historia.

Con lo anterior, se identifica cómo el discurso de la salud mental, institucionalizándose, va a buscar en la política y cultura una legitimidad o “normalización” de consecuencias de la modernidad reflejadas en trastornos, problemas, entre otros que se

irán volviendo parte del lenguaje de los sujetos, y posteriormente usuarios que se convierten en “herederos” de esta apuesta.⁴⁹

La salud mental se esparció gradualmente entre la globalización gracias a instituciones como UNESCO y OMS. Cómo explica Doron, las pretensiones e implicaciones políticas y económicas preceden a la creación de unas máximas estipuladas desde occidente, buscando la universalización de unos términos que corresponden precisamente a unos contextos propiamente occidentales, o al menos su conceptualización, es por ello que se hace énfasis en los Estados miembros de la OMS, que se deberían ajustar, —al menos en márgenes legales— a unas declaraciones sobre el funcionamiento e interés por la Salud, en este caso mental, de los ciudadanos acogidos por estos.⁵⁰

II

Continuando con esta interiorización en salud mental y su “correcto” abordaje por parte de las sociedades globales, se puede retomar desde el concepto de las *estructuras objetivas*, analizado por Bourdieu, pues, son las que permitieron una fase fundamental en la posterior interiorización cultural, permitiendo una alfabetización —global—, además de académica, con respecto a la salud mental y enfermedades de esta índole. Comprende una cultura digital entre muchas otras en cuanto se encuentra íntimamente ligada a un habitus racionalmente seleccionado (aún en mayor medida si se tiene en cuenta que la acción por parte de los usuarios en redes sociales comprende una “doble confirmación”, o, la posibilidad de borrar, editar, etc.)

Consecuentemente, desde la industria cultural, cómo se abordó, se evidencia un mayor alcance por parte de los productores y consumidores de estas industrias, haciendo uso de la Salud Mental como homogeneizador de la salubridad. Pues, si bien los Estados miembros de la OMS se comprometen al cumplimiento de lo estipulado en relación a la salud

⁴⁹ No hay que ser ingenuo, todo esto es sumamente político. Una de las funciones esenciales de la salud mental fue y es convertir potenciales conflictos sociales, ya sea en la industria o en los países en desarrollo, en conflictos «intrapésicos» individuales o interrelacionales entre individuos que deben «resolverse de manera armoniosa». (Doron, 2015, p.7)

⁵⁰ La 28a Asamblea Mundial de la Salud. Habida cuenta de que los trastornos mentales plantean un importante problema de salud pública en todo el mundo; ENCARECE a los Estados Miembros que en sus servicios sanitarios generales y en sus programas de salud pública incluyan como parte integrante los servicios de salud mental y les den impulso, y que reconozcan su importancia para la planificación social y económica. Asamblea Mundial de la Salud, 28. (1975)

pública, por ejemplo, el 70% de las personas con trastornos mentales no reciben el tratamiento que necesitan, señala el informe sobre la salud mental de 2022.

En este sentido, explicarían Adorno y Horkheimer; es la estandarización de las industrias la que permea una cultura menos ligada al espacio, además de la posterior facilidad de dispersión con las que contaría la sociedad de la información la que termina tomando vocería en el reconocimiento de, en este caso la salud mental y los trastornos mentales, casi como principal herramienta de difusión. Así, llega a abordarse con habitualidad en la música, literatura, cine, y finalmente, en internet y redes sociales en línea, entre otros (...).⁵¹

Si bien estos conceptos e ideas se han traído desde estructuras objetivas, la forma de abordaje es la que se ha modificado de manera contra pública, se construyó desde la interacción entre esas y también las estructuras subjetivas antes de componer un *habitus*, que es lo que se explica en la realidad; una vez el público se enfrenta al conocimiento referente a la salud mental, se construye toda una red de sentido —o imaginarios si se quiere— que la va a validar o rechazar, en este caso, se adaptó a la cultura, se estandarizó y se resignificó. Así, la forma de abordaje y entendimiento de estas prácticas por parte de las industrias culturales y de la mano de subculturas y contraculturas, fueron construyendo identidades, posturas “políticas”, imaginarios y entendimientos con respecto a la salud mental y sus desafíos. Los sentimientos “negativos” fueron también reinterpretados meramente bajo este léxico y sus tratamientos entendidos de la misma manera, como un saber popular, a pesar de no necesariamente serlo.

Especialmente, la creación de subculturas, y/o tribus, en palabras de Maffesoli,⁵² usualmente juveniles y asociadas a ya no solo manifestaciones sino también desde la creación de productos, fueron las que moldearon estas formas de deformación del imaginario al respecto que venía ligado sobre ya no solo la salud mental, sino, contextualmente, cualquier tipo de reinterpretación con respecto a fenómenos políticos, económicos, culturales, etc. De

⁵¹ Entre varios ejemplos, la producción audiovisual *Taxi Driver* (1976) exploró a un personaje con problemas de Salud Mental. La producción musical de "The Sound of Silence" de Simon & Garfunkel (1964), explora también los sentimientos de aislamiento, depresión, de manera melancólica y no como una subversión optimista o humorística al respecto.

⁵² La masa, o el pueblo, a diferencia del proletariado o de otras clases, no reposan en una lógica de la identidad; sin fin preciso, no son los sujetos de una historia en marcha. La metáfora de la tribu en sí misma permite dar cuenta del proceso de desindividualización, de la saturación de la función que le es inherente, y de la acentuación del papel que cada persona está llamada a jugar en su seno. Está claro que así como las masas están en perpetua efervescencia, las tribus que surgen de ellas no son estables, y las personas que las componen pueden evolucionar de unas a otras. (Montes. E. 2009, p. 93)

allí destacarían, más allá de las contraculturas que terminarían generando conflicto con las hegemonías culturales, las subculturas, que, desde la conceptualización de Cortés (2008), las subculturas nacientes vienen a disputar unas máximas expresadas en oposición social a hechos sociales si se quiere, padecientes de la clase trabajadora; este análisis marxista de Stuart Hall explica;

Una conclusión derivada del análisis de la postura marxista de la subcultura es verla como un grupo de jóvenes que se apropian de los objetos provenientes del mercado (teenage consumer), donde éste expropia e incorpora lo producido por ellos, lo cual los unifica como un producto de los mass media. A esto Hall (2005) lo denomina una relación dialéctica entre el joven y la industria del mercado. Así, Hall (2005) propone que la subcultura (subculture), primero, nace por el surgimiento de la clase trabajadora en los '70. Segundo, por una derivación de la cultura parental, por lo cual hay una forzosa relación y peculiaridad. Sin embargo, tercero, es un grupo distinto con estructuras identificables, las cuales les permite diferenciarse de la cultura parental sin dejar de articularse con ésta. (Cortés. T, p. 6)

De allí que la subcultura emo pueda retomarse como uno de los principales ejemplos de la resignificación cultural del sentir colectivo, tergiversado, y adaptado, compartiendo sensaciones institucionalmente reconocidas como patógenas; en el caso de la cultura “emo” funciona para la presente en cuanto se hizo una reivindicación en ya no solo la estética sino la forma de expresión social y cultural de las expresiones melancólicas de la vida de los sujetos inmersos en la modernidad —global—. Si bien esta cultura se reconoció por la tristeza, y su emocionalidad sensible, no contaba con la característica humorística e irónica que permitiría disfrazar a los memes depresivos en internet, ni con un reconocido mensaje alusivo a trastornos mentales. Sin embargo, son casos directamente ligados con la formalización de subculturas cambiantes y enfocadas, más allá de cualquier otro tipo de reivindicación social, en la emocionalidad que producen todas las lógicas de la vida moderna y contemporánea global.

III

Finalmente, este entramado digital, siendo ya habituado por los usuarios como un espacio legítimo de compartir identidades —gracias ya no solo a su funcionalidad sino al paso del tiempo, que permitió la habituación, coexistencia y apropiación de los dispositivos por parte de los sujetos— ha venido siendo el espacio de creación y manifestación de mayor

alcance, como en su día lo fue el cine, la industria musical, entre otros, para la construcción de un nuevo tipo de sentido, tanto hegemónico —happiness effect— como el contra público o de mayor disputa —memes depresivos, páginas o grupos en contra o a favor de temas polémicos, políticos—. Los memes de este tipo, se encuentra, terminan funcionando entonces como herramientas o vehículos, que si bien, dentro de ellos mismos se encuentra el fenómeno, este los trasciende a un plano de expresionalidad del internet y las redes sociales; pues, la “normalización” o “habituación” de los mismos va de la mano con las otras maneras en que se expresan las múltiples, constantemente cambiantes culturas digitales.

Como identificó Chateau, Facebook e Instagram permiten al usuario identificarse con distintos tipos de acercamientos identitarios, ideológicos y culturales sin la necesidad de pertenecer activamente a ellos, pero no por ello significa que las ideas que se reivindican no sean compartidas, es más, implica que están más vigentes que nunca, pues si no, no fuesen temas de relevancia pública y contextual —Como encontraron McCosker y Gerrard acerca de los hashtags con referentes en depresión—.

IV

Es sobre este apartado contextual en el que se desarrolla la relación entre el reconocimiento de una cultura que rinde culto a la ansiedad, depresión, entre otros trastornos, representada en memes y un aumento exponencial en los trastornos mentales a nivel mundial reconocido por la Organización Mundial de la Salud, no solo en su informe de 2022 sino en diferentes comunicados en el siglo XXI, en los que como foco principal se hace alusión a la pandemia por COVID 19 que obligó a la mayoría de la población a periodos de aislamiento social desde el 2020 en un periodo de aproximadamente 2 años, entre otras transformaciones parciales de las prácticas socialmente comunes.

Entre varios informes, incluso previos a la pandemia, ya se venía advirtiendo sobre un aumento en los trastornos mentales en todo el mundo, incluso, para 2013, los Estados miembros de la OMS ya se habían comprometido a adoptar un Plan de Acción.⁵³ *“Estas metas se centraban en el fortalecimiento del liderazgo y la gobernanza, la atención de salud en la comunidad, la promoción y la prevención, así como en los sistemas de información y la investigación”*. (OMS, 2022)

⁵³ Plan de Acción Integral sobre Salud Mental 2013–2020. Se comprometieron a alcanzar las metas mundiales relativas a una mejora de la salud mental. (World Health Organization. 2022) ³¹ World Health Organization. 2022

Sin embargo, se ha declarado una “nueva” crisis mundial de salud mental dirigiendo la atención especialmente en la pandemia por COVID 19; se señaló un aumento exponencial en el estrés a corto y largo plazo, y, durante el primer año de pandemia, se calculó un aumento en trastornos de depresión y ansiedad de más del 25%. Además de un aumento en la brecha terapéutica para el tratamiento adecuado de estas.

Los mismos informes, cómo se relacionaba anteriormente, ya cuentan con una estandarización de estos fenómenos como una particularidad de las sociedades globales contemporáneas. Afirman que aproximadamente una de cada ocho personas en el mundo sufre algún trastorno mental (para 2019). De igual manera, se explica, suelen haber 20 intentos de suicidio por cada fallecimiento, y, que, por cada 100 fallecimientos, más de 1 es un suicidio. Distinguen, además, que la estigmatización y discriminación de distintos ámbitos todavía es uno de los principales factores por los cuales la población padeciente de algún trastorno mental no busca ayuda y opta por abordar estos trastornos por otros medios.

En promedio, los países dedican menos del 2% de sus presupuestos de atención de salud a la salud mental. Casi la mitad de la población mundial vive en países en los que solo hay un psiquiatra por, al menos, cada 200.000 habitantes. Y la disponibilidad de medicamentos psicotrópicos esenciales asequibles es limitada (OMS, 2022, p. 4).

Se identifica además por parte de la OMS el papel que juegan los medios digitales para la difusión de enfoques de contenido basado en la Salud Mental. Sin haber hecho un cambio en su discurso, ya que aún se hace especial énfasis en el control por parte de instituciones y empresas privadas acerca del manejo o forma de abordar el suicidio y discursos afines; se busca en primer lugar reducir la tasa de mortalidad por suicidio en un tercio para 2030 a nivel mundial, para lo cual se exige a medios de comunicación informar de forma responsable sobre el suicidio, limitar el acceso de medios que posibiliten el suicidio —mayor control por parte de farmacéuticas, etc—, se sugirió la creación de programas escolares sobre la intervención sobre estas conductas, se advirtió sobre las pérdidas de productividad y crecientes costos de atención en salud,⁵⁴ y, por último, mejorar la calidad de los entornos en comunidades y espacios digitales.

⁵⁴ Desde el punto de vista económico, la esquizofrenia es el trastorno mental más costoso por persona para la sociedad. Los trastornos depresivos y de ansiedad son mucho menos costosos por persona, pero son mucho más frecuentes y, por lo tanto, contribuyen en gran medida a los gastos totales a nivel nacional. (OMS. 2022, p. 3)

Es relevante señalar la creciente crisis mundial de salud mental en términos generales, pues, como se ha evidenciado anteriormente, la alfabetización —en términos generales— y posterior interiorización de los trastornos mentales y salud mental se ha convertido casi que en un *habitus*, al menos en términos de espacios globalizados como los medios digitales, donde las lógicas de interpretación superan a su mero enunciamiento y constituyen más bien un nuevo significado, que una vez un grupo se identifica con estos trastornos, los retoman como un elemento para el entretenimiento con base en identificación, burla, y alusión constante de manera mediática; los memes depresivos, así como el contenido depresivo en general juega un rol de entrada y salida en el mundo digital y los contextos culturales locales y globales.

El humor y la Ironía como única forma de expresión permitida en la modernidad

Los memes depresivos nacen como una nueva forma de expresión cultural, rastrear cuál fue el primero de estos es impráctico, pues, estas expresiones reivindicativas surgen, como se ha abordado, de manera constructiva, con además otras tribus o subculturas que compartieron prácticas identitarias a lo largo del desarrollo de las tic, la globalización, y la implementación de planes de desarrollo y acción por parte de Estados y Empresas globales. Sin embargo, como se ha venido insistiendo, existen dos cuestiones que las vendrían a distinguir, la primera, el uso de terminología de salud mental, que ya se ha abordado, y, finalmente, el uso irónico y humorístico que compondrá parte fundamental y definitiva a la masificación de estos, pues, es el componente que da una esencia al meme.

Es esta capacidad de mutación del meme que, si bien en primer lugar dando cabida a un sentido meramente humorístico, y con componentes afines genera una aceptación pública por parte de los usuarios, consecuentemente llega a abarcar las prácticas individuales y sociales de los usuarios, consiguió estructurarse en unos componentes que abordan tópicos identitarios, distribuyendo ideas de todo tipo y situándose en el *habitus* más incuestionable del usuario, el de la interpretación legítima y racional de la realidad, y esto lo lograron por medio de la disimulación, el refugio de la aparente falta de sentido, humor cambiante, e ironía que parece que remueve toda responsabilidad o atadura a un fenómeno por parte del usuario. Es decir, como se trata de contenido humorístico pasa por contenido sin un significado explícito, o del que no se debería problematizar; recuerda incluso a una identidad de propiedades líquidas en términos del mismo Bauman, pues, hace más parte del siempre cambiante sentir y padecimientos sociales patológicos cambiantes.

La cultura depresiva con arreglo a ironías, emociones humorísticas, o “dissimulation” representada exponencialmente en memes se ha desarrollado bajo un contexto de espacio-tiempo digital construido en casi su totalidad por los usuarios como una subcultura, Chateau afirma que esta ironía no solo ha permitido evadir la ya abordada constitución de un “self” pseudo auténtico que respondía a valores cultivados por la tradición, basada en demostrar logros personales y compartir felicidad colectiva, sino que, y sobre todo para los múltiples discursos sensibles, sobre temas que incluso la misma OMS demanda a empresas como Meta, que constantemente regulan el contenido explícito en sus plataformas.

En otras palabras, que la ironía se usó además como “vacío legal” evadiendo la censura y formas de silenciamiento que redes sociales tienen con respecto a fenómenos considerados nocivos o dañinos, como en este caso la depresión y el culto a trastornos mentales, ya que se basa en el argumento de tener arreglo a fines de entretenimiento, y, supuestamente, no acordes con un sentido ni individual ni colectivo auténtico.

En esto opera la lógica del disimulo como su razón de ser. La disimulación implica un juego con la identidad, uno que no está interesado en la estabilidad sino más bien en el constante relegamiento del significado y del “self”. Esta negociación se basa en evadir la noción del yo para ganar mayor libertad a través del juego colectivo. Para estas culturas anonimizadas y antipersonales, el valor del disimulo es mediar su relación con la sociedad en general. (Chateau, L. 2020)

De Zeuw (2017) explica que, estas búsquedas del anonimato o relegación del “self” a través de la masa social, se presentan de antes como un fenómeno ya identificado anteriormente en las formas urbanas de sociabilidad, “La socióloga urbana de Lyn Lofland señala que “Experimentar la ciudad es, entre muchas otras cosas, experimentar el anonimato” (Lofland, L. 1973, como se citó en De Zeuw, 2017, p 276). Así, experimentar el mundo digital es también experimentar el anonimato. Lo anterior, no representa realmente un desligamiento en su sentido más estricto, en realidad es la capacidad de adaptación de la presentación de sí mismo, en términos de Goffman, para cumplir con los significados más recientes que la red social va buscando de cada usuario; o lo que es igual, que no termina representando un modelo disruptivo con respecto a unas máximas de las redes sociales, sino termina por adoptar una nueva forma de interpretación, que en últimas también recae sobre todo en el malestar de la población que la legítima o no, o que, para este caso, ha normalizado los trastornos mentales al no contar con las herramientas para mediante un proceso de reflexividad distinguir la probable nocividad de estas prácticas

3. Memes Depresivos ¿Cómo Son?

Se ha hecho énfasis en la manera en que estos vehículos de difusión cultural funcionan, sin embargo, es en sus componentes en donde se encuentra la *qualia*, o en términos específicos, las cualidades que permiten definir a estos con sus componentes fundamentales para el fenómeno exhaustivamente abordado. Por lo anterior, se presenta primero una serie de ejemplos y se contrasta con las estadísticas generales recolectadas en la muestra.

Imagen 1



Fuente:

< <https://www.instagram.com/p/CxjhCFor1wp/> >

Imagen 2



Fuente:

< <https://www.instagram.com/p/CkUm1w-ugRP/> >

Imagen 3



Fuente:

< <https://www.instagram.com/p/CxTQiMDOARb/> >

Imagen 4



Fuente:

< <https://www.instagram.com/p/CqzG8E3Apv8/> >

Imagen 5



Fuente:

< <https://www.instagram.com/p/Cvi9yuPtN7O/> >

Si bien este fenómeno se ha abordado de manera global —comprendida desde su concepción teórica—, repercute también en contextos “particulares” como lo podría ser el

contenido hispanoamericano, esto se evidencia a partir del lenguaje del contenido; Evidentemente, el contenido se crea y distribuye con un fin y sentido práctico para un público que comprenda y haga uso cotidiano de la lengua. A pesar de esto, también conserva sus componentes globales; es por esto que en la muestra se evidencia en su totalidad que estos memes no suelen recurrir a contextualizaciones locales o algún tipo de sentido a ser entendido por un usuario propio de una única cultura local, más allá de su idioma y el escaso uso de palabras coloquiales; por lo que, a priori, se puede concluir en primer lugar que uno de los fines al compartir contenido de este tipo es que pueda ser identificado e interpretado de la misma manera por usuarios de distintas regiones, en este caso, que se comuniquen en Castellano, ya sea América Latina, España, etc., y, además, que de una u otra forma, comprendan el sentido a través de experiencias contextuales similares.

De lo anterior, ya no destaca solamente el constante uso de un léxico sobre salud mental y trastornos, sino otra serie de alusiones que caracterizan este identificado malestar en materia de salud mental, o crisis sanitaria como se le ha denominado desde las instituciones. Estas alusiones, si bien no son únicas del léxico de la salud mental, sí que refieren a sucesos de los cuales la Salud Mental ha sido llamada (por la misma OMS) para enfrentar estos fenómenos, en este caso, por ejemplo, el suicidio o “deseo de” como broma recurrente por los usuarios.

Otro aspecto evidenciable de los anteriores sería que las cuentas que comparten este contenido lo abordan como “uno más” dentro de la vasta difusión de memes de todo tipo, incluso, si se aprecia en algunos de los ejemplos, los hashtags utilizados para la “atracción de público” suelen hacer constante referencia a humor, memes, contenido “gracioso”, entre otros. Lo cual no es otra que la evidencia de que este tipo de contenido suele ya estar interiorizado como otro fenómeno más de la normalidad global social, al menos para los usuarios consumidores de memes y contenido humorístico en general.

Análisis muestra (Cuantitativo)

Nombre de la cuenta:

El nombre de las cuentas que publican este contenido permite evidenciar dos particularidades: En primer lugar, la variabilidad de las mismas cuentas, es decir, la capacidad de medir qué tanta diversidad de usuarios estuvo interactuando con un contenido similar o afín, pues no todas las páginas contaron con el mismo tipo de contenido y usuarios; según lo encontrado, sobre el 45% de los memes recolectados correspondieron a una sola cuenta, es decir, más de la mitad solamente correspondió a cuentas completamente distintas, que no se

tuvieron en cuenta más de 1 meme por cuenta. Por lo tanto, se observa que no es un contenido que suele centralizarse o ser esparcido por un solo tipo de cuentas en particular. De igual manera, se identificó que, por ejemplo, solamente tres cuentas llevan en sus nombres o descripciones alusiones a la depresión, seis hacen alusión a algún tipo de léxico relacionado a la salud mental, dos hacen alusión a emociones (tristeza), y el resto (más del 88%) componen un variado de nombres sin relación. Lo anterior permite comprender que este contenido es parte de un ya tópico recurrente y reconocido, pues no requiere especial énfasis o acentuación para la recepción o concentración de un solo tipo de usuarios, sino se presenta como “un meme más” o una “normalización” dentro de los otros tipos de memes que coexisten en la red.⁵⁵ Lo anterior se puede relacionar también con la característica del hashtag (quienes publican están encargados de escoger el hashtag) pues, los memes que contaron con uno, se les relacionaba con connotaciones de humor como bien podría ser cualquier otro meme de otro tipo de humor (#humor, #memes, #memesespañol, etc).

Cantidad de Likes:

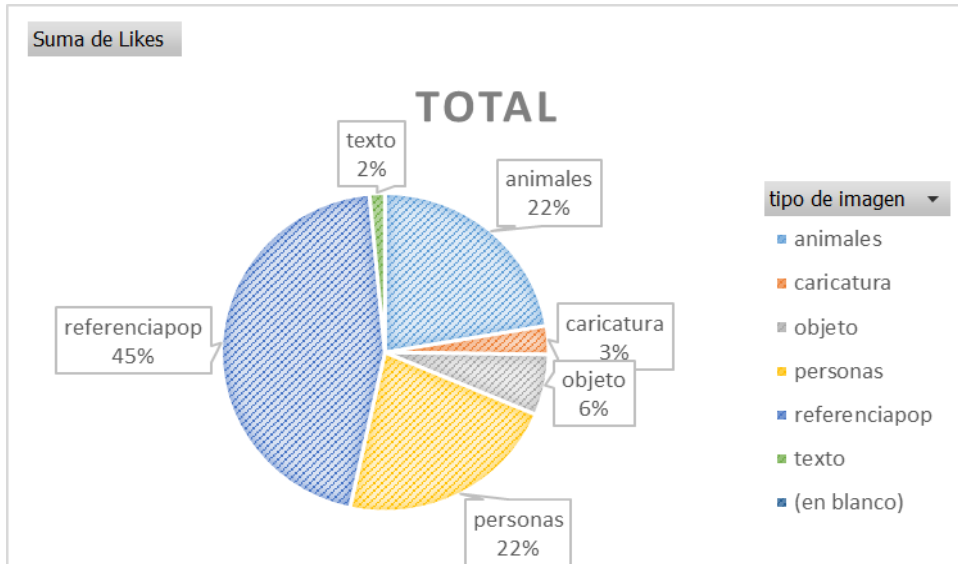
Con respecto a la cantidad de likes (el total de likes en la muestra fue de poco más de 11 millones), se encontró que el contenido en inglés tuvo en promedio más del doble de likes que el contenido compartido en español (194 mil likes sobre 80 mil por publicación). De igual manera, el contenido en inglés suele ser interactuado por usuarios que usan algún otro(s) idioma(s), o así se identificó en los comentarios de algunos de los memes en inglés, cosa menos frecuente (prácticamente nula) en los memes en español.

Las siguientes graficas (Gráfica 1 y Gráfica 2) permitieron entender que el contenido con mayor número de interacciones fue el que abordó el suicidio y los problemas mentales categoría “problema mental” de manera generalizada o poco específica, los likes sobre condiciones más específicas se repartieron en menores porcentajes, destacando “trauma” y “ansiedad” por sobre otros. Así como se relacionaron directamente en una mayoría casi diferencial del resto, las imágenes que hicieron alusión a referencias de la “cultura popular” (caricaturas populares, dibujos animados, situaciones de series de televisión contaron con un 45%. Seguidas por fotos de personas y animales sin mucha información contextual aparente, donde algunas veces el sentido de la imagen podría referir en ellos directamente (alguna

⁵⁵ En su totalidad, las cuentas que publicaron estos memes se dedican a publicar contenido humorístico basado en “cultura depresiva” pero también en otros tipos de humor

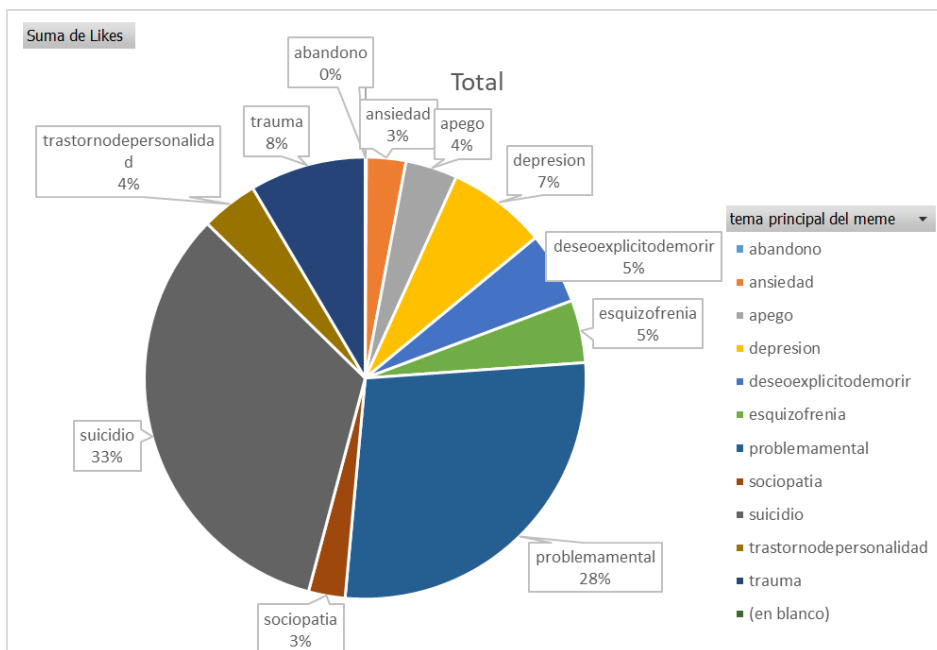
persona haciendo alusión a lo expresado en texto de alguna forma) o en otras simplemente como un acompañante visual sin mucho sentido explícito.

Gráfica 1



Fuente: Elaboración Propia

Gráfica 2

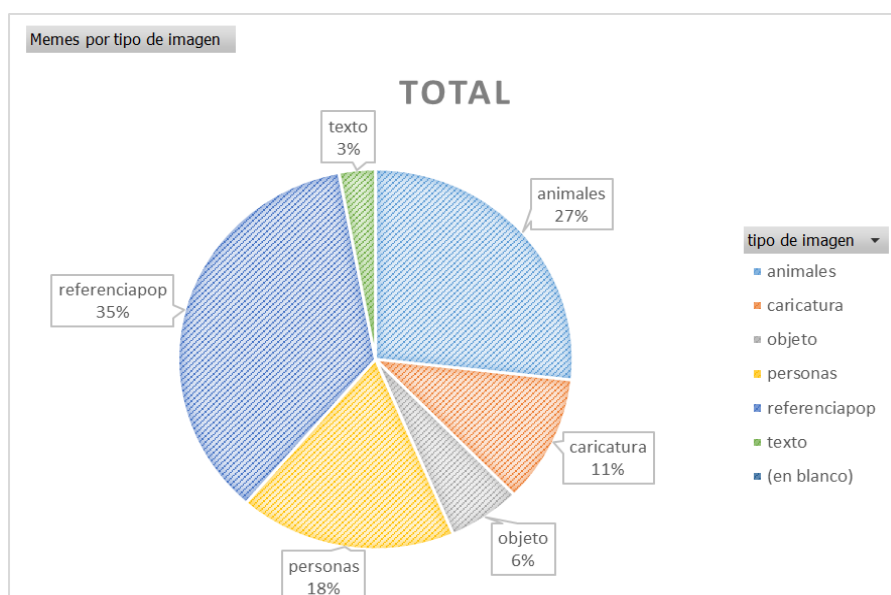


Fuente: Elaboración Propia

Tipo de Imagen:

Con respecto a los aspectos visuales recolectados de los memes, la variable “tipo de imagen”, en primer lugar, encontró que las imágenes con referencia a la cultura popular, —elementos que hacen alusión visual a algún artista, serie de televisión, película, personaje de Hollywood, entre otros— son la unidad más repetida (35%). Sin embargo, junto con otras tres unidades de análisis conforman la mayoría de la muestra recolectada, animales (27%), personas (18%) y en menor medida caricatura (11%). Se podría argumentar que una de las razones de difusión masiva de estos — obviando la temática de los memes— tendría algo que ver con el tipo de imágenes utilizado, y si bien, este elemento podría causar un cambio en la elección racional de una identidad basada en uno o unos personajes de algún producto de consumo masivo, sería apresurado afirmar algo así, siendo que animales totalmente fuera de contexto contaron con interacciones similares. Que si bien algunos de estos podrían ayudar a ejemplificar o identificar componentes identitarios en el meme —algún gesto, postura, o posicionamiento conveniente de la foto— no dejan de ser algo que se escapa a la explicitud de la imagen, o lo que es igual, que no es directo o a simple vista la relación entre la mayoría de las imágenes y el texto que las acompaña; pues esto no solo sucede con los animales, la categoría de objetos, e incluso algunas de las caricaturas pueden estar haciendo alusión a “depresión”, “trauma” o “ansiedad” y bien podrían estar acompañadas de la foto de un alimento o un objeto cualquiera.

Gráfica 3

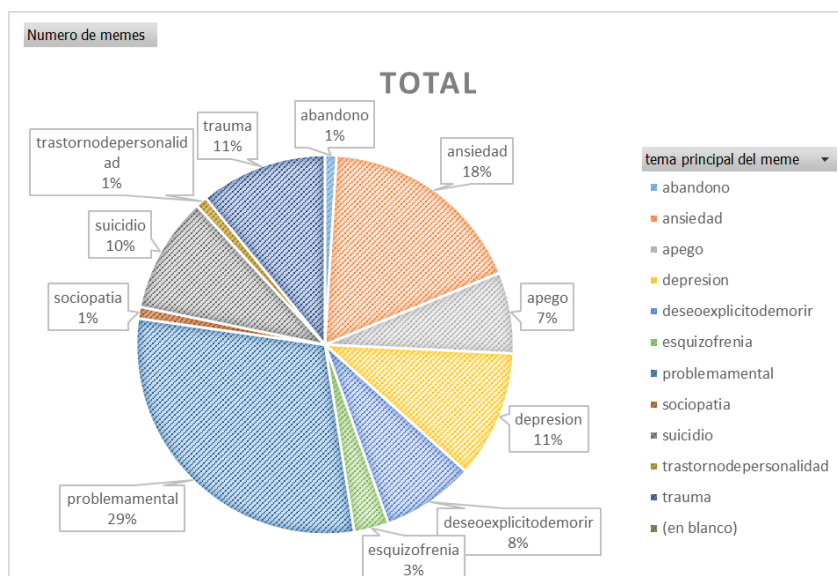


Fuente: Elaboración propia

Tema Principal del Meme:

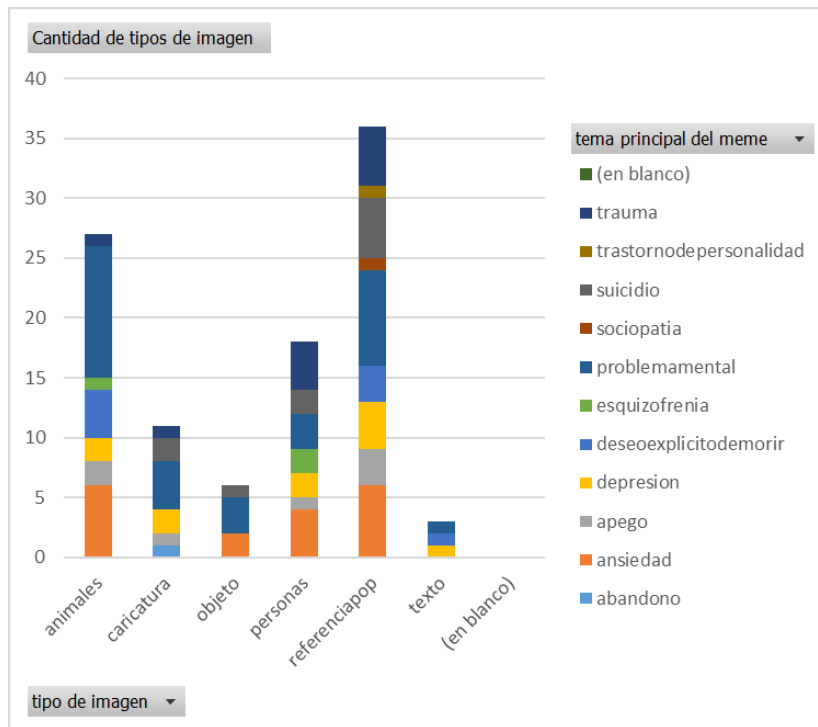
Finalmente, los temas más recurrentes del meme fueron variados; la categoría “problema mental” acogió una generalización presentada por parte de los usuarios, o poca especificidad a la hora de abordar la tenencia de un problema mental; se usaron palabras como “enferm@ mental, mental illness, inestabilidad emocional, etc.”, de igual manera se evidencia a esta como la más referenciada en la muestra (29%), lo cual, si se compara con el porcentaje anterior de likes sobre esta misma categoría (28%) se evidencia que los usuarios tienden a interactuar mayormente con estos memes que con otros más específicos. Sin embargo, la categoría suicidio tiene un porcentaje notable (10%), ansiedad, trauma y depresión también superan el 10%. No habría una relación directa con el tipo de imágenes, estas orbitan entre las distintas unidades de análisis de manera dispersa y no se establece algún tipo de tendencia, lo cual permite determinar que el valor de las imágenes, al menos desde el punto de vista cuantitativo necesita un análisis además de este, pues en números tiene la misma validez dependiendo el tipo de imagen que se usase; a pesar de que las referencias pop suelen contar con mayores interacciones, lo cierto es que la diferencia podría constituir como un valor agregado al meme y no un componente que fundamente su mayor o menor éxito como meme depresivo, aunque sí podría influir qué tanto suele priorizar el algoritmo de la red social.

Gráfica 4



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 5



Fuente: Elaboración Propia

Análisis Cualitativo

En primer lugar, y como se adelantó anteriormente, la cantidad de datos recogidos permitió evidenciar una diversidad en las cuentas o “páginas” con respecto al contenido que publican; así, por ejemplo, el meme número 1 de la muestra, el más likeado además, perteneciente a la cuenta “dailysaulcommercial” publica contenido relacionado con memes de diversos tipos haciendo uso visual de una serie de televisión (referencias populares), al entrar a su cuenta, observar sus publicaciones, entre otros datos cualitativos, se encuentra que sus publicaciones no corresponden en su totalidad, ni en su mayoría a contenido de memes depresivos, pero si ha dispuesto de esta subcultura como participante activo habiendo publicado este meme recolectado exclusivamente haciendo sátira del suicidio.⁵⁶ El mismo caso de la publicación de la cuenta con más likes en español, “Jaideperra.cl”, esta cuenta se dedica también a subir memes relacionados a relaciones sociales, memes sobre relaciones de pareja, entre otros; su contenido no se enfoca en memes depresivos, pero sí hizo uso de los memes depresivos como otro medio de humor, en el que hizo alusión a la categoría problemas mentales. Además, en el mismo ejemplo, los comentarios de la publicación, además de usuarios comentando nombres de otros usuarios, es decir, compartiendo o replicando la

⁵⁶ Véase Número de meme: 1 en la tabla 1

publicación, hay una notable cantidad de comentarios haciendo alusión a la representación que está brindando este meme, no de manera disruptiva con el contenido, sino por el contrario, incluso acompañada de emoticones de humor, alusiones alegres o simples risas textuales: (“somos nosotros, “si soy”, “jaja soy yo” etc).⁵⁷

Lo anterior se repite en muchos de los memes depresivos o publicaciones con mayores interacciones, sin importar el tema, trátase de suicidio, ansiedad, apego, trauma o depresión, si cuentan con miles de likes, usualmente tendrán cientos de comentarios de usuarios reafirmando su *self* construido sobre el tema abordado en el meme depresivo. Esto viene acompañado de la ironía que el capítulo anterior se encargó de desarrollar. Generalmente, la interacción está acompañada de risas, de nuevo, sin importar que la publicación trate de cualquiera de los temas abordados, tanto productores o publicadores del meme como consumidores y usuarios interactuando suelen hacer uso de signos referenciando el humor que estos memes pretenden abordar.

Esta identidad expresada en humor constituye una característica teórica que permitiría identificar a esta cultura en sus rasgos más generales, incluso como un síntoma antes que como cultura propia digital. Esto debido a que si bien se presenta en espacios virtuales que legitiman su uso y terminan efectivamente creando una cultura basada en estos valores, los usuarios productores y consumidores-reproductores no se dedican abiertamente a ella. Es decir que, en lugar de ser “usuario compartidor de memes depresivos” se es “usuario, del internet y las redes sociales en línea, que comparte cultura y características con más usuarios de la red, entre ellas, se identifica y hace parte activa de la cultura digital de los memes depresivos”, en otras palabras, que hace uso de distintas expectativas por parte de distintos escenarios digitales para saber establecer predicciones sobre su rol en el escenario, antes de interactuar con el meme o contenido, hacer lo que se espera de un usuario en esa situación, lo que se ha construido y legitimado previamente.⁵⁸ Mismamente por lo anterior, fue menos frecuente encontrar comentarios en la muestra que deslegitimaran el humor o intencionalidad del meme depresivo, que, si bien los hubo, no representaron una cantidad significativa.

⁵⁷ Véase Número de meme: 28 en la tabla 1

⁵⁸ Aquí hay una relación espacio-tiempo que en la teoría de Goffman era fundamental para la expresión indirecta, fuera del control del actor, pero en el escenario digital para el usuario esta situación se hace racional; el usuario puede elegir remover su like, lo que escribe puede borrarlo antes de enviarlo, editarlo, incluso borrar algo ya comentado, entre otras.

El sentido del meme depresivo

Uno de los componentes fundamentales que, se encontró, tienen los memes depresivos fue que su componente humorístico usualmente es implícito, o lo que es igual, que los usuarios que comparten este contenido conocen previamente que estos memes son “humorísticos” o “irónicos”, pues, teniendo en cuenta por ahora solo su apartado textual, casi ningún meme presenta algún tipo de aclaración o sentido directo que indique que se trata de contenido humorístico, al menos en términos textuales. Es más, si se identifica en la redacción de las categorías, se observará que casi todos fueron descritos como enunciativos, y es que la mayoría de los memes depresivos enuncian, en algunos casos abordan una situación particular en que la depresión, ansiedad u otra juega un rol en sus distintos contextos; pero, evidentemente, se desarrollan de manera que, comparten el mero hecho de estar en una situación relacionada con problemas de salud mental, suicidio, ansiedad, entre otros.

Lo anterior nos lleva directamente a buscar una respuesta por el sentido y el fin de las mismas; y es que las imágenes de la muestra, como ya se analizó de manera cuantitativa, suelen *a priori* no tener mucha relación, o explicación lógica en contraste con lo que el texto (enunciativo, directo) está proponiendo.

I

Tomemos por ejemplo el meme número 41, este presenta la imagen de dos vasos de helado rosa, la categoría del meme fue “problema mental”, sin embargo, la relación de los problemas mentales con dos vasos de helado es inexistente en términos lógicos. Es este aparente “sinsentido” el que se identifica en un primer momento como elemento común de muchos de estos memes. Este tipo de imágenes, en donde la relación con el texto es incoherente, es abordada por Mitchell en *la teoría de la Imagen* como una “metaimagen tramposa”:

Pensemos en esta imagen, pues, como una metaimagen «tramposa», algo ilegítima, cuyo propósito real es el de reflexionar no ya sobre las imágenes, sino sobre la relación entre las imágenes y las palabras, tanto sobre la forma en que hablamos de las imágenes como sobre la forma en que las imágenes no «hablan» (Mitchell, W. p.65)

Al igual que Mitchell, una imagen como el mismo meme 41, se evidencia que el sentido de la imagen es el de romper con un estándar de una situación estable, en donde un

objeto, o un personaje en lo que debería ser interpretado de una forma es totalmente subvertido a una que rompe con lo que el sentido del texto supuestamente buscaría, así es como se permite colocar, nuevamente, algo como la Imagen 3 (Página 86).

Este factor buscaría indicar al espectador que, si bien está indicando acerca del padecimiento propio de problemas mentales, no está haciendo un llamado a la simpatía por parte del usuario, o búsqueda de algún tipo de ayuda para atender su aparente condición, pues la imagen en sí crea una atmósfera de sentido sarcástico al presentar en un mensaje aparentemente comunicativo, una situación ridícula o descontextualizada, en últimas, pareciese que su sentido fuera el de expresar a través de esta relación imagen-texto.

II

Las imágenes, se podría concluir son un acompañante que brindaron la condición emocional del contenido en la muestra, si se quisiese, haciendo una abrupta simplificación se podría decir que en la imagen está el meme y en el texto está el depresivo, ya que la imagen termina, casi antes que el usuario, validando o negando el sentido explícito que está enunciando un texto como estos, añadiendo el sentido que se escapa a la explicación regular.

Retomándolo de manera literal, Mitchell, refuta, que la representación que contiene la imagen no debería someterse a una representación explícita para su explicación, es más, no se debería si quiera asumir que el hecho de no contener un apartado legible o “escuchable” signifique la carencia de un “texto” o interiorización semántica, ni que la aparente carencia de sentido lógico le quite su cualidad de interpretación visual. O lo que es igual, que en la imagen de cualquier obra se establezca un sentido aislado de la realidad de los observadores

Que las imágenes, los cuadros, el espacio y la visualidad sólo puedan aparecer de forma figurativa en un discurso verbal no quiere decir que no aparezcan, ni que el lector / oyente no «vea» nada. Que el discurso verbal sólo se pueda evocar de forma figurativa o indirecta en una imagen no quiere decir que esta evocación sea impotente, que el espectador no «escuche» ni «lea» nada en la imagen (Mitchell, T. 2009, p. 89)

No parece entonces ser del todo descartable la idea de la imagen o lo visual del meme como dotadora de sentido, y por ende, para los fines de la presente investigación, de identidad, lo cual permitiría evidenciar qué tanto de la identidad está en el texto, así como en la imagen, o en el meme en su totalidad.

La imagen como contenido contextual

Retomando la imagen, hay un carácter que sí es destacable y es, como se evidenció anteriormente, la incidencia de las representaciones contextuales a la hora del éxito de los memes depresivos; para este caso, ya se evidenció la familiaridad de los usuarios con el léxico en trastornos mentales, por lo que compete ver esta representación a nivel visual. La categoría “referencia popular” fue el tipo de imagen que más se repitió con respecto al contenido de los memes en la muestra; se podría afirmar que los usuarios prefieren por sobre los otros memes depresivos a los que tuvieron una referencia pop como imagen, al menos suelen tener una mayor capacidad de recepción, representados por personajes, caricaturas o figuras conocidas.

De aquí parten dos explicaciones: a.) La difusión del meme contaría posiblemente con mayores números de interacciones si su imagen es identificada o reconocida más fácilmente por los usuarios a nivel visual. Es decir, si ya de por sí el usuario comprende algo de la representación textual buscada a partir de unos malestares mentales y/o emocionales compartidos, y además de esto cuenta con una imagen que valide su representación individual o colectiva por medio de un “personaje” o referencia a la cultura popular, reconocible, esto permitirá un proceso de validación y posterior interiorización mucho más cercano a su experiencia, o al menos más agradable o distinguible.

b.) La segunda explicación, desafortunadamente, es menos frecuente, sin embargo, permitiría entender el factor de la identidad en una cultura digital aún más a detalle; Esta hace referencia a que algunos de los personajes utilizados en este tipo de memes funcionan como representación identitaria explícita para los usuarios, quienes, si bien validan su contenido textual, también se enfrentan a un segundo uso de sentido de la imagen, la cual, al ya no aportar humor directamente o “sorpresa” a manera de sarcasmo, ironía o subversión, genera visibilización positiva basada en construcciones culturales “externas”. La adición de un(os) personaje(s) de la cultura popular que además compartan rasgos y valores interpretados de la misma forma emocional, o mínimamente similar, permitirá al usuario crear una comprensión basada en la distinción estética, o lo que es igual, un sentido compartido comparado, y será propenso a, dirigir su interacción a construir colectivamente este self de la construcción en la red sobre un personaje (cómo indica Goffman, este no se crea tampoco de manera voluntaria, pues está expuesto a la definición que se hace de la interacción con los distintos públicos). Los ejemplos son personajes con algún tipo de desorden mental o carga emocional aparentemente depresiva, distinguido de productos como series de televisión, videojuegos,

películas, artistas musicales, etc. El elemento clave está en que refiere a un personaje que pueda tanto validar como satirizar esta forma de sentir y pensar.⁵⁹

Sin embargo, este fenómeno es menos frecuente, y se puede prestar a ambiguas interpretaciones, por lo cual, explica, pero hasta cierto punto, mientras el sentido del texto, sobre un problema mental y afines mantenga una referencia similar de sentido hacia el producto cultural con características similares.

Continuando con los componentes implícitos de los memes depresivos, se pueden identificar distintos tipos de humor y abordaje a los memes depresivos, es decir, lo que permite el uso amplio de la ironía y la sátira para, en palabras de Chateau, “disfrazar” colectivamente esta validación racional de trastornos mentales. Si bien se ha categorizado de manera correcta, y se ha explicado que usualmente los memes hacen uso enunciativo de las condiciones, no todas las formas de enunciación son iguales, y no todas las formas de expresión cuentan con los mismos tipos de función, pues, lo que está en juego es la validación masiva, y para que esto sea ampliamente validado debe ser ampliamente visualizado. Para lograr que la visualización sea válida requiere que el usuario pueda encontrar en su comodidad, al igual que en la imagen, la ruta de escape para su expresión real.⁶⁰ Es decir, que es algo que el usuario interpreta como algo “verdadero” con respecto a su subjetividad y que cumpla su fin de meme, es decir, que el sentido estricto sea abordado acorde a las expectativas construidas sin realmente presentarle al usuario un proceso de reflexión, crítica al fenómeno o incluso como contenido informativo, al menos de manera explícita.

Tipos de Meme depresivo según su sentido

- **Meme depresivo autorreferencial:** Como indicó Mitchell, la autorreferencia suele buscar el sentido en cuanto la imagen presenta un escenario que referencia el sentido a partir de una explicación generada en la misma imagen, es decir, una metaimagen se llega a conocer a partir de una representación a manera de acertijo, en este caso, se tomó desde el sarcasmo; un ejemplo de esto sería el meme número 42,⁶¹ el cual presenta un oso de animación, distintos colores y el texto del meme es sobre los constantes ataques de ansiedad. Este es uno de los tipos de humor más comunes, pues

⁵⁹ véase ejemplo 09, la referencia, al igual que el nombre de la cuenta y contenido refieren a un personaje de rasgos psicópatas, más específicamente la película American Psycho del año 2000. Para este caso la imagen funciona para reivindicar el sentido de forma explícita

⁶⁰ Casi como si se tratara de una nueva industria cultural, sólo que meramente con fines emocionales, recordamos a Adorno cuando indicaba que en espectáculos como el cine, el espectador buscará que el cine y la realidad funcionen casi como una sola.

⁶¹ Véase Imagen 3, Página 86

de cierta manera el humor se encuentra en este “sorpresivo” contraste entre imagen y texto

- **Meme depresivo enunciativo contextual:** Retomando lo anteriormente mencionado, el usuario cuenta o debería contar con una previa interiorización de este tipo de memes para poder validarlo como meme y no contenido enunciativo. El componente humorístico corresponde en su mayoría a la imagen y no al meme en sí, es decir, que sí menciona el tener un “deseo explícito de morir”, el meme no indica ser humorístico si se le desliga del contexto de los memes depresivos. Por ejemplo, el meme número 40, tiene una foto del rostro de un gato mirando fijamente, acompañado de un texto que indica estar cansado de estar vivo; lo que se ha verificado como humor es la interacción de los usuarios, donde nuevamente expresan afinidad a este con emoticones de caras riendo y felices alrededor de este meme.

Estos 2 tipos de memes depresivos permiten evidenciar que los memes que hacen uso de las herramientas de la cultura depresiva pueden comprender diversas formas de legitimidad, casi incluso como si pudiese ser jerarquizable, pues, como se evidenció en las gráficas 1 y 2, los usuarios a pesar de poder contar con mayor afinidad —en términos de mayorías— con una u otra categoría, todas cuentan con características afines que permitieron fuesen ubicados dentro de la muestra. Sin embargo, lo que distinguiría entre sí sería la relación usuario-meme que dependiendo en este caso del tipo de meme depresivo variaría con respecto al nivel de “habitación” con la que contarían los distintos usuarios, es decir, los distintos tipos de meme también representan un distinto tipo de apropiación e identificación con el meme.

4. Apartados Finales

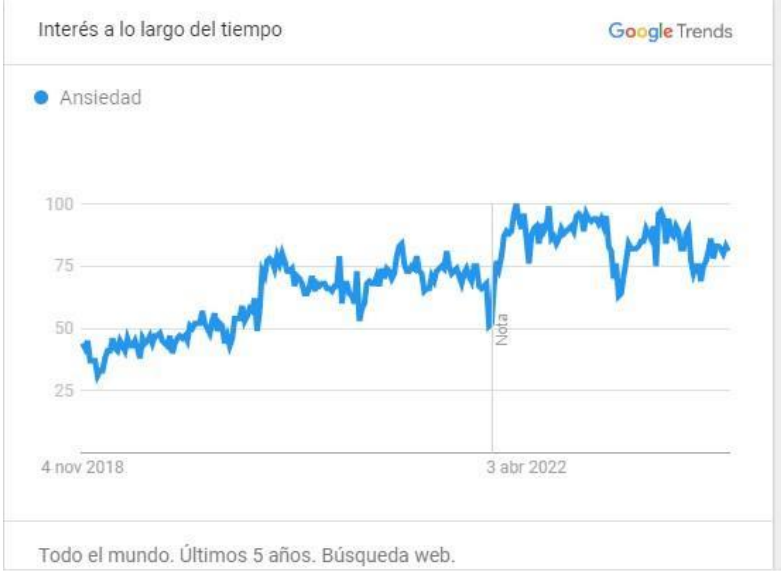
Interés de los usuarios de internet en la salud mental

Según una consulta digital en la herramienta Google Trends, de 2019 a 2023, las búsquedas de los términos “ansiedad”, “depresión”, “salud mental” y “problema mental” sufrieron un crecimiento exponencial a nivel tanto mundial como regional (Colombia).

En primer lugar, el término de búsqueda “Ansiedad”, contó a nivel mundial, según esta herramienta, con una media que osciló por encima de los 50 puntos sobre 100 de popularidad en 2019, un año antes de la pandemia. Ya en 2020, año en que se denominó a la COVID 19 como pandemia mundial esta búsqueda mantuvo una media de arriba de 65

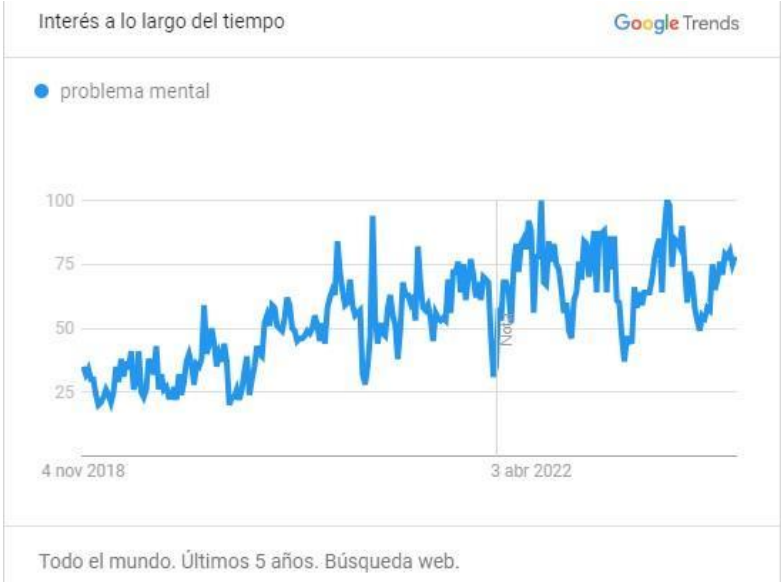
puntos; en 2021 mantuvo una media por encima de 75 puntos, en 2022 arriba de los 90, y para 2023 ha oscilado entre 80 y los 100 puntos.

Gráfico 6



Fuente: Google Trends

Gráfico 7



Fuente: Google Trends

Similar es la información respecto a los términos “depresión” y “problema mental”, sobre todo la segunda, que desde la pandemia por COVID 19 pasó de tener una media de búsqueda de 40 puntos a una de 63 puntos para el 2023.

Lo anterior buscó reforzar de manera breve la información acerca de la tasa de conocimiento expresado en las búsquedas en internet por parte de los usuarios, entendiendo que, las formas de alfabetización no son meramente expresadas en internet, pero funciona como índice para determinar un interés general —o en este caso regional, al abordar los términos en el idioma español—.

El informe de SapienLabs (2021) incluye también una serie de hallazgos que permiten explicar la apropiación por parte de los usuarios de espacios como las redes sociales, haciendo énfasis ya no solo en el tipo de red social sino el tipo de contenido que el usuario está dispuesto a interactuar con usuarios con quien comparte meramente el espacio y la interacción. Y es que, el informe identifica, además de causas abordadas previamente, como COVID 19, entre otros fenómenos políticos, económicos y culturales de cada país, es el crecimiento exponencial del acceso a dispositivos inteligentes y el uso masivo del internet.

El acceso ubicuo a internet que comenzó alrededor de 2009 y se estabilizó alrededor de 2016. El impacto de varios aspectos del uso de internet, como las redes sociales y el tiempo frente a pantallas, sobre la salud mental se han estudiado con conclusiones mixtas (Wongkoblap et al., 2017; Kelly et al., 2018; Twenge y Campbell, 2018; Keles et al., 2020). Sin embargo, ofrecemos otra posible perspectiva. Desde que el teléfono móvil se hizo omnipresente, las estadísticas mundiales indican que los individuos pasan una media de 7 a 10 horas en línea al día, según el país. Por lo tanto, sugerimos que tal vez no sea el uso del teléfono móvil y de internet en sí lo que haya sido perjudicial, sino más bien que ocupa una fracción tan grande del tiempo que antes se hubiera dedicado a las interacciones sociales en persona requeridas para construir y mantener un fuerte Yo social, la dimensión más ausente en los adultos más jóvenes. (SapienLabs, 2021)

Usuarios en resistencia

Como se hizo ligera mención con anterioridad, existieron casos particulares en que usuarios, al quizás no pertenecer de manera activa en el esparcimiento en esta cultura depresiva digital que hace uso de memes depresivos, expresaron de distintas formas su preocupación o desligamiento sobre este fenómeno cultural digital; en el meme número 35, meme que explícitamente abordó el suicidio, obtuvo comentarios disruptivos:

- *“Si tu o alguien que conoces, tiene una crisis por una enfermedad mental, por favor llama a las líneas de asistencia para la salud mental y prevención del suicidio en tu país.” (Usuario anónimo, Instagram).*

- *“Mala la broma, no normalicen este tipo de post, hay gente que enserio lo pasa mal y otros q.e.p.d” (Usuario anónimo, Instagram)*

De igual manera, en el meme número 33, que indica la categoría deseo explícito de morir, obtuvo comentarios que evidenciaron una conducta quizás no adecuada para tratar estas situaciones:

- *“Holaa! Mi nombre es Abygail, soy estudiante de psicología, debido a esto sé que muchas personas no tienen con quién hablar ni a quién contarle algo que consideran importante para sí mismos. Así que si necesitas ser escuchado, siéntete libre de escribirme, con mucho gusto respondo. Esto no tiene fines académicos ni nada por el estilo, todo será de manera confidencial y segura.” (Usuario anónimo, Instagram)*

Si bien lo anterior no constituyó una muestra significativa, permite identificar la disputa en que se encuentra el contenido digital, o en esta red social al menos. Y es que, si bien es contenido en su mayoría comprendido con fines humorísticos, si se tienen en cuenta las alertas evidenciadas por organizaciones mundiales y locales, la forma de abordar estos problemas podría estar generando interrupciones en el correcto abordaje de estos trastornos y/o desórdenes mentales identificados.

Otros usos de los memes depresivos

Algunas de las cuentas utilizadas para la recolección contaron con supuestos fines psicológicos, como es el caso de la cuenta “Emociones Amarillas”,⁶² en la cual, además de la publicación de memes depresivos, aborda otro tipo de memes, los cuales invitan a las personas a “participar de terapia”, “aprender a sanar”, entre otras recomendaciones para intentar incentivar a que las personas si participen de sus procesos de inestabilidad mental — en caso de ser ciertos— a partir de algo más que solo memes. Lo anterior permitiría apreciar el uso de memes depresivos como forma de acercamiento o reconocimiento por parte del usuario para la identificación de problemas. El mismo caso se presenta en la cuenta “unespacioconval”,⁶³ en la que se afirma ser una psicóloga con fines de ayudar a mejorar la salud mental de los usuarios, entre memes depresivos, su contenido también tiene fines educativos, de concientización e informativos.

Todo esto permite también comprender que, si bien hay unas redes de sentido que tienden a homogeneizarse, estas, mientras se encuentren en el ámbito de la cultura, sobretudo

⁶² Meme Número 12 en la Tabla 1

⁶³ Meme Número 95 en la Tabla 1

en este caso, que es una que pertenece principalmente al usuario, —o así es como lo indicó Facebook con respecto al contenido más visto— tenderán a disputarse y usarse para distintos fines, no necesariamente altruistas como se evidenció, sino bien podrían ser con fines tanto políticos, como identificó González (2019), identitarios, como identificó la presente investigación, y también Henríquez (2020). Incluso con fines económicos, ya no solamente desde la herramienta de los memes, sino desde una gran cultura con arreglo a la depresión o trastornos mentales que sería un importante factor en la consolidación de las mismas; o lo que es lo mismo, que la manifestación del malestar emocional y mental es un tema que se ha culturizado, habituado, pero no entendido como problema, a pesar de lo que las organizaciones internacionales han “exigido”

El meme “casi” depresivo (Qué no es un meme depresivo)

El componente principal de los memes depresivos se ha verificado, sin embargo, se ha de reconocer que existe una delgada línea entre los memes que hacen referencia a temáticas referentes a la salud mental y otros que, aunque no se les ha añadido en la muestra, se les podría considerar similares o auxiliares de este fenómeno. Estos servirían como un normalizador de conductas que incitan a la exaltación de unas nociones del malestar emocional, y bien podrían llegar a constituir nuevas identidades. Para la presente investigación no se les ha considerado memes depresivos, por la delimitación que se ejerció de manera precisa para no caer en ambigüedades o uso de algunos de ellos para validar un fenómeno. Sin embargo, sus componentes tanto visuales como textuales se identificaron, suelen ser similares (como el de muchos otros memes de cualquier tipo) y sus temáticas no están tan alejadas de las de los memes depresivos. A continuación, algunos ejemplos de los mismos

Imagen 6



Fuentes

<https://www.instagram.com/p/CwJDxLQMG77/>

Imagen 7



64

Fuente:

https://www.instagram.com/p/CuFJV_GudSq/

Sin embargo, estos no son memes depresivos, pues no indican de manera directa o indirecta el padecimiento de algún problema de salud mental o de manera interpretativa, compartiría el sentido pero no el eje central del meme, es decir, alguno pudiese alegar que el hecho de alegrarse de su supuesta muerte o no querer estar despierto es sinónimo de un cuadro clínico pero la realidad es que se puede tomar a tantas interpretaciones que es preferible caracterizarlos como memes de otra índole, pero no meramente depresivos en su sentido más explícito, pues para expresar el malestar emocional serían memes auxiliares de la cultura digital depresiva.

Conclusiones

I

A partir de la evolución histórica y cultural, los memes, como los memes depresivos se pueden entender como signos pertenecientes a un sistema reglamentado y estructurado, donde, si bien, son dinámicos están determinados por factores sociales como materiales y se ajustarán en mayor medida a un sistema de valores.

Los memes depresivos, sin aún tener en cuenta el impacto de normalizar conductas depresivas, trastornos de la ansiedad, entre otros, funcionaron como medios de expresión para el abordaje más primitivo y expresivo de emociones relacionadas con la tristeza, la angustia, y sentimientos afines; desde una perspectiva histórica, el uso de léxico clínico corresponde a un apartado meramente contextual con fines enunciativos pero no cargados de

⁶⁴ Cuando me preguntan por mis planes para el día: No estoy cansado, simplemente no puedo soportar estar despierto

un significado literal; pues, como el culto a la melancolía y expresiones artísticas y culturales en nombre a ella en el siglo XVI, melancolía era también considerada la forma “médica” de relacionar la depresión, permite evidenciar que hoy las expresiones basadas en productos afines, es a priori un modo de expresión a partir de la interacción que se tiene en el espacio digital global, además de las relaciones con la tradición y las distintas industrias culturales modernas.

La democratización del arte digital ha permitido que los memes sean una expresión accesible para cualquier usuario globalizado capaz de acceder a herramientas de consumo masivo, reflejando y amplificando las experiencias individuales y colectivas en el espacio virtual. Este fenómeno no solo refleja una transformación en la manera en que se comparten las emociones, sino también una nueva forma de construir identidades y relaciones en la era digital.

II

- El análisis del auge del contenido depresivo en plataformas como Instagram revela una compleja interacción entre la expresión individual y la dinámica social en línea. El anonimato y la facilidad de interacción simbólica a través de los "me gusta", “likes” y otros tipos de interacciones como comentar, seguir y compartir contribuyen a la construcción de identidad en el entorno digital, además de mantener el rol del usuario según las expectativas a partir del contenido. Además, se observa un distanciamiento individual hacia el contenido etiquetado como depresivo, sugiriendo una legitimación del mismo, pero sin una identificación personal explícita. Este fenómeno podría estar relacionado con una aceptación social racional de los memes depresivos como formas de humor e ironía, más que como expresiones auténticas de experiencias depresivas, aunque bien, el evidenciar que no hay un cuadro depresivo o trastornos de ansiedad actual no exime una fase previa que está siendo atendida solo por estos medios de expresión. En última instancia, este comportamiento sugiere la adopción de roles o máscaras adaptadas a una cultura digital que utiliza el humor y la ironía como mecanismos de expresión.

2.1

- El análisis de las formas de expresión de los usuarios en las redes sociales en línea, especialmente en relación con el contenido depresivo, nos permite entender cómo las teorías de Goffman sobre la presentación de la persona en la vida cotidiana son

igualmente aplicables en el entorno digital. Las expresiones explícitas e indirectas que Goffman identificó en la interacción social cara a cara encuentran su equivalente en la interacción en línea y en la creación de memes depresivos.

2.2

- Los memes depresivos pertenecen a una subcultura depresiva general, que puede entenderse como una manifestación contemporánea de una tendencia previa hacia la expresión emocional a través de la cultura de masas. Esta subcultura depresiva, que se manifiesta en diversos productos culturales, ha evolucionado desde movimientos como el emo y el punk hacia la era digital de los memes en internet. La industria cultural ha jugado un papel crucial en la estandarización y masificación de estos sentimientos, utilizando elementos estéticos, musicales y simbólicos para generar una identidad colectiva entre los jóvenes. A través de expresiones estéticas, códigos visuales y formas de comunicación, se ha desarrollado una subcultura que encuentra en el humor y la ironía una forma de abordar temas de salud mental. Este fenómeno plantea interrogantes sobre la legitimidad de los trastornos mentales en la cultura contemporánea y destaca la importancia de comprender cómo las expresiones culturales se adaptan y transforman en diferentes contextos.

2.3

- Las culturas digitales son un fenómeno relativamente nuevo que ha surgido gracias a la convergencia de varios factores: La aparición de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a mediados de la década de 1990, las cuales han permitido la globalización de la información y el conocimiento. El desarrollo de las redes sociales, que han proporcionado a los usuarios nuevos espacios para la interacción y la expresión. La emergencia de una nueva generación de usuarios, los "prosumidores", que son capaces de crear y compartir sus propios contenidos.
- La aparición de los memes depresivos, en particular, se ha visto influenciada por el imperativo de autenticidad y la reacción contra las normas hegemónicas de representación en las redes sociales, como lo sugiere el "efecto de la felicidad". Estos memes, caracterizados por su ironía y su capacidad para desafiar las expectativas sociales, han surgido como una forma de resistencia frente a la presión de representar una vida perfecta en línea. Además, su naturaleza efímera y su capacidad para

reinterpretar la realidad social e individual han contribuido a su creciente popularidad como medio de expresión cultural.

2.4

- Los memes depresivos en el espacio digital se ha desarrollado a tal punto que lo habitual es que este contenido no sea considerado nocivo, reprimible, peligroso o indeseable, sino lo esperado en espacios generales de internet por usuarios que en un contexto de modernidad global crean ya no sólo identidades locales sino todo un entramado complejo de sentido a través de signos, espacios nuevos y consumos ideológicos que componen su nuevo yo. El contenido depresivo se muestra como una subcultura, acompaña la interacción e identidad del usuario, dispone de ciertas emociones para su expresión, en este caso, hace uso de herramientas del malestar de la salud mental para compartir el sentir de cientos de miles de individuos. Si bien dicho malestar se demuestra en los distintos informes de salud mental, la cantidad de personas que padecen esta enfermedad no necesariamente son los usuarios que hacen uso de estos memes, o bien hacen uso de estas como nueva legitimidad de su sentir individual y colectivo.

2.5

- Se evidencia que esta subcultura digital tiene también un carácter juvenil, lo cual lo problematiza aún más teniendo en cuenta las estadísticas referentes a la población juvenil y los problemas de salud mental. Este grupo etario situado entre los 17 y los 34 años se caracteriza por unas prácticas identitarias particulares que se han descrito a lo largo del texto.
- Este espacio digital es un espacio aprehendido para compartir emociones y representaciones culturales, como una herramienta de expresionalidad de un malestar emocional causado por distintos escenarios a las que el usuario está sometido, ya no solo de su contextualidad sino la forma en que se percibe la construcción de un perfil público en línea, degenerando en un “self”, ajustado a unas expectativas dispuestas a un medio basado en unas máximas normalizadas como otras a ser disputadas por uno o varios usuarios.⁶⁵ Los datos demográficos de Instagram, donde más del 55% de los

⁶⁵ Las culturas generacionales corresponden a las experiencias específicas de los jóvenes, tanto en ámbitos escolares, como en otros espacios compartidos: la calle, el antro, los foros musicales o culturales. Feixa (1999) hace hincapié en la variabilidad y diversidad de éstas, pues los jóvenes no adoptan siempre un mismo estilo, sino que pueden amoldarse buscando aquél con el que se sienten más identificados.

usuarios se encuentran entre los 18 y los 34 años, respaldan esta afirmación. Además, las características psicológicas de las tribus urbanas, como el sentido de pertenencia y la búsqueda de identidad grupal, coinciden con la forma en que los usuarios jóvenes utilizan los memes depresivos para expresar sus emociones y experiencias.

III

Partiendo de los datos obtenidos en cuanto a contenido, como a variables tales como “nombre de la cuenta”, se puede dar cuenta que el meme hace parte de una cultura digital mayor, como lo es una gran cultura digital que muta, o varía en torno a distintas identidades.

Como se abordó con anterioridad, el usuario no es meramente un “usuario de memes depresivos” sino “usuario que compone un espacio virtual en el que según la constitución de unas expectativas, disputas y búsqueda de la identidad pertenece a distintas formas de exhibición e interacción en la red, en este caso, además, consumidor de memes depresivos”. Esta identidad bien podría ser temporal, en cuanto el malestar o bienestar emocional puedan readaptarse a distintos resultados surgidos de la ya enunciada disputa entre usuarios e identidades traídas desde la misma industria cultural. Un ejemplo de esto son las referencias pop como dotación de identidad a partir de los memes depresivos.

3.1

Con respecto al apartado contextual, a pesar de que el contenido, por ejemplo, no identificó de manera explícita causas relacionadas con el periodo de aislamiento por COVID19, y las alertas emitidas a partir del mismo por la OMS, se encuentra en un periodo en que justamente no solo las alertas sino la creciente alfabetización con respecto a la Salud Mental se ha venido implementando en las Sociedades Globales, y estas se ven representadas en la utilización textual que hacen los memes depresivos en su totalidad. Lo anterior permitiría establecer una relación directa con el tipo de contenido distribuido, el cual ha hecho uso y legitimado los padecimientos de trastornos mentales como elemento central de los memes.

Finalmente, si bien estas herramientas cuentan con legitimidad, se encuentra, que, así como funcionan como respuesta a otras hegemonías, esta subcultura depresiva también está sujeta a disputas que, aunque no se han manifestado hasta ahora, podría entender este tipo de

identidades como algo nocivo para los usuarios y enunciarlo directamente, como fue el caso de usuarios enunciando su desligamiento con este tipo de contenido.

Se evidencia, es en estas formas de interacción (comentarios en las publicaciones) donde se evidenció justamente una estabilidad en la expresión de los usuarios, pues, además de los millones de “likes” o “me gusta”, es en la explicitud de la interacción, de manera textual la manera en que se está reafirmando la pertenencia de usuarios haciendo participación ya no sólo racionalmente en el sentido explícito sino incluso con control de sus acciones voluntarias al ya no solo relacionarse mediante un clic o una visualización sino entrar a, de manera pública, dejar su aporte o validez profunda al contenido.

Este “vehículo” que es el meme depresivo no está en gestación, hace ya parte de toda una cultura digital más grande que es interpretada como un rasgo de la interacción en redes sociales en línea reciente; la cual se encuentra ya dotada de una serie de signos y significados que se pueden identificar. Se identifica además que no se encuentran en un auge temprano, que incluso como meramente meme es impreciso su rastreo, pues es tal su masificación que no es posible responder cuál fue el primero de estos. Se podría llegar a distinguir como una derivación de fenómenos afines por fuera de la red, como lo sería una cultura emo digitalizada, mezclada con una cultura del humor por parte de memes basados en “humor negro” con este último elemento añadido, el arreglo a los trastornos mentales mencionados, y abordados de manera masiva, o al menos así evidenciados en la totalidad de los memes recolectados en la muestra.

Referencias

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2013). *Industria cultural*. El Cuenco de Plata.
- American Psychiatric Association. (2014). *DSM-5: Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales*.
- Amparán, A. C. (1998). La teoría de los campos en Pierre Bourdieu. *Polis*, 1(2), 179-200.
- Arce Cortés, T., (2008). Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación?. *Revista Argentina de Sociología*, 6(11), 257-271.
- Asamblea Mundial de la Salud, 28. (1975). Promoción de la salud mental. Organización Mundial de la Salud. <https://iris.who.int/handle/10665/105227>

- Bartra, R. (2017). La melancolía moderna. México, D.F, FCE - Fondo de Cultura Económica. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/usta/109461?page=17>.
- Chamorro Bernal, J. (2014). Viralización de contenidos y memes en internet. Disponible en <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/132534>
- Chateau, L. (2020). "Damn I Didn't Know Y'all Was Sad? I Thought It Was Just Memes": Irony, Memes and Risk in Internet Depression Culture. *M/C Journal*, 23(3).
- de Freitas, Juan Horacio. (2013). Melancolía y Flema. (Consideraciones humoristas en torno a la noción de melancolía en "El origen del Trauerspiel alemán" de Walter Benjamin). *Tópicos (México)*, (45), 197-234. Recuperado en 26 de mayo de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S018866492013000200006&lng=es&tlng=es.
- Ciria, A. (2003). *Contra la democratización del Arte*. <https://idus.us.es/handle/11441/27624>
- De Zeeuw, Daniël. "Immunity from the Image: The Right to Privacy as an Antidote to Anonymous Modernity." *Ephemera* 17.2 (2017): 259-281.
- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96.
- Doron, C.-O. (2015). El surgimiento del concepto «salud mental» entre 1940 y 1970: Génesis de una psicopolítica. *Pratiques en sante mentale*, 1, 3–16. <https://www.cairnmundo.info/revue-pratique-en-sante-mentale-2015-1-page-3.htm&wt.src=pdf>
- Fernandez, R. (2023, 29 agosto). *Usuarios mundiales de las redes sociales líderes en 2023* | Statista. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundialde-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>
- Flores Pacheco, Ana Luz, Galicia Segura, Graciela, & Sánchez Vanderkast, Egbert. (2007). Una aproximación a la Sociedad de la Información y del Conocimiento. *Revista Mexicana de Orientación Educativa*, 5(11), 19-28. Recuperado em 02 de novembro de 2023, de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-75272007000100004&lng=pt&tlng=es.
- GaWC - *The World According to GaWC 2020*. (s. f.). Recuperado 21 de mayo de 2023, de <https://www.lboro.ac.uk/microsites/geography/gawc/world2020t.html>

- Gil, Á. R., & Pascal, M. A. S. M. (2012). Subculturas juveniles: identidad, idolatrías y nuevas tendencias. *Revista de estudios de juventud*, (96), 197-213
- Goffman, E., Perrén, H. B. T., & Setaro, F. (1981). La presentación de la persona en la vida cotidiana (No. 302 G6). Buenos Aires: Amorrortu.
- González Hernández, E. M., Figueroa Daza, J. E., & Meyer, J.-H. (2019). Los memes y la política. ¿Por qué algunos memes se vuelven virales y otros no?: Memes and politics. Why some political memes go viral and others dont? *IC: Revista Científica de Información y Comunicación*, 16, 579–613. <https://doi.org/10.12795/IC.2019.i19.18>
- Henríquez Gómez, J. (2020). *Construcción de identidad a través de memes de internet en la comunidad Seguidores de la Grasa*.
- Heylighen, F. (1996). Evolution of Memes on the Network: from chain-letters to the global brain.
- IJI, D. (1983). Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales. Masson, Barcelona.
- Jackson, S. W. (1989). Historia de la melancolía y la depresión: Desde los tiempos hipocráticos a la época moderna. Turner.
- Karam, T. (2007). Lenguaje y comunicación en Wittgenstein. *Razón y palabra*, (57).
- Lasén, A., & Puente, H. (2016). La cultura digital. *López Gómez, Daniel, Tecnologías sociales de la Comunicación. Materiales Docentes de la UOC, Módulo Didáctico*, 3, 1-45.
- McCosker, A. and Gerrard, Y. (2021) Hashtagging depression on Instagram: Towards a more inclusive mental health research methodology. *New Media and Society*, 23 (7). pp. 1899-1919. ISSN 1461-4448
- Molina, D. (2021, 9 noviembre). Historia de Facebook: nacimiento y evolución de la red social de Mark Zuckerberg. *Thinking for Innovation*. <https://www.iebschool.com/blog/auge-y-declive-de-un-imperio-llamado-facebookredes-sociales/>
- Montes Marín, Edwin Alonso. (2009). De Tribus, de emos: de jóvenes en una sociedad débil y de riesgo. *Revista Lasallista de Investigación*, 6(1), 92-97. Retrieved October 21, 2023, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S179444492009000100012&lng=en&tlng=es.

- Moral Toranzo, F., (2009). Internet como marco de comunicación e interacción social. *Comunicar*, XVI (32), 231-237.
- OMS. (2022). *Informe mundial sobre salud mental: Transformar la salud mental para todos*. <https://www.who.int/es/publications/i/item/9789240050860>
- Pinedo Cantillo, Iván Alfonso, & Yáñez Canal, Jaime. (2019). Las emociones: Una breve historia en su marco filosófico y cultural. *Edad Media. Revista Guillermo de Ockham*, 17(1), 17-27. Epub February 11, 2021. <https://doi.org/10.21500/22563202.3460>
- Pinto, L. G. A. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. *Comunicação mídia e consumo*, 12(33), 109-131.
- Ridao Rodrigo, S. (2019). “El legado de Erving Goffman en el ámbito de la pragmática”. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 83, 76-90, <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/sridao2.pdf>
- Rizo García, M., (2011). De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal. *Quórum Académico*, 8(1), 78-94.
- Rizo, P. (2009). Estudio Sociológico y Psicológico de los jóvenes emos. Comisión Nacional de Derechos Humanos, Ciudad de México; Disponible en https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/doc/Informes/Especiales/2009_emos_1.pdf
- Rowan, J. (2015). *Memes*. Madrid: Capitán Swing.
- Salazar, G. P. (2017). *El meme en Internet, identidad y usos sociales*. Editorial Fontamara.
- SapienLabs. (2021). *Estado mental del mundo 2021*, 1-44.
- Sosa, M. L., & Fernández, F. P. (2020). Identidad del sujeto proyectada en las redes sociales y su relación con la personalidad. *EduPsykhé: Revista de psicología y educación*, 17(1), 40-59.
- Tello, D. C. V. (2015). Implementación de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en Colombia. *Revista de Derecho, Comunicaciones y Nuevas Tecnologías*, (14), 5.
- Valdés, M. (2022). ¿Reproducción o movilidad cultural? Un estudio a partir de distintas dimensiones del capital cultural. *RES*, 31(3), a123. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2022.123>

- Vásquez, C. (2017). Teoría de la imagen de W. J. T. Mitchell. Cuadernos de Filosofía Latinoamericana, 39, <https://dialnet.unirioja.es/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6745291>
- Vélez, J. C., & Chica, D. F. (2016). Memética e imitación: posibilidades desde un enfoque cognitivista. *Ludus Vitalis*, 17(31), 87-101.
- Villafañe, J. (2015). Principios de teoría general de la imagen. Madrid, Mexico: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/usta/49091?page=49>.
- Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics: Internet-mediated communication in context*. John Benjamins Publishing Company.
- Tamboleo García, R. (2021). Medios sociales o redes sociales: conceptualización y metodología para sociología en español (Social Media or Social Networks: Conceptualization and Methodology for Sociology in Spanish). *Revista Inclusiones*, 8.
- Gutiérrez F, María E, Ball Vargas, Manuela S, & Márquez, Emilia. (2008). Signo, significado e intersubjetividad: Una mirada cultural. *Educere*, 12(43), 689-695.

Anexos

Tabla 1

| Meme | año | Likes | Idioma | tipo de imagen | tema principal del meme | link de meme |
|------|------|--------|---------|----------------|-------------------------|---|
| 1 | 2023 | 672424 | inglés | referencia pop | suicidio | https://www.instagram.com/p/CpIS0cEDeF7/ |
| 2 | 2023 | 2251 | inglés | personas | problema mental | https://www.instagram.com/p/CrK6JnosUCN/ |
| 3 | 2023 | 8340 | español | objeto | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CbvEoUUIFuK/ |

| | | | | | | |
|----|------|--------|---------|----------------|---------------------------|---|
| 4 | 2023 | 256028 | inglés | animales | problema mental | https://www.instagram.com/p/CoQ74XAgiNx/ |
| 5 | 2023 | 43590 | español | animales | deseo explícito de morir | https://www.instagram.com/p/CqLUhLEMTvX/ |
| 6 | 2023 | 1720 | inglés | referencia pop | depresión | https://www.instagram.com/p/Cn7EB6kiUEF/ |
| 7 | 2022 | 2888 | español | referencia pop | ansiedad | https://www.instagram.com/p/Ch2QFwGriDb/ |
| 8 | 2023 | 2029 | español | referencia pop | trauma | https://www.instagram.com/p/CsPU_eXuHzH/ |
| 9 | 2023 | 465859 | inglés | referencia pop | trastorno de personalidad | https://www.instagram.com/p/CqOjR9DM02A/ |
| 10 | 2023 | 112142 | español | referencia pop | depresión | https://www.instagram.com/p/Crt1lZaNoU4/ |
| 11 | 2023 | 162712 | español | animales | problema mental | https://www.instagram.com/p/CqvzpKpv16F/ |
| 12 | 2023 | 12207 | español | referencia pop | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CtXG2oWObQq/ |
| 13 | 2022 | 4219 | inglés | referencia pop | problema mental | https://www.instagram.com/p/CmEldMqMeOV/ |
| 14 | 2023 | 543950 | ingles | referenciapop | suicidio | https://www.instagram.com/p/Cu0oa7HgyA2/ |

| | | | | | | |
|----|------|--------|---------|-------------------|-----------------------|---|
| 15 | 2023 | 43071 | espanol | animales | deseoexplicitodemorir | https://www.instagram.com/p/ChxkrDgJz0Z/ |
| 16 | 2023 | 4877 | espanol | referenciap op | ansiedad | https://www.instagram.com/p/Cq4T-LoOarL/ |
| 17 | 2023 | 299869 | ingles | referenciap op | sociopatia | https://www.instagram.com/p/CrFkDc9IObM/ |
| 18 | 2023 | 185850 | espanol | personas | esquizofrenia | https://www.instagram.com/p/Ckm6ybMua3J/ |
| 19 | 2023 | 12266 | espanol | animales | problemamental | https://www.instagram.com/p/CyqXp1bOTGp/ |
| 20 | 2023 | 59232 | ingles | referenciap op | deseoexplicitodemorir | https://www.instagram.com/p/Cx-0t8LIvyt/ |
| 21 | 2023 | 644369 | ingles | personas | suicidio | https://www.instagram.com/p/Cvc91ISOLwD/ |
| 22 | 2020 | 3011 | ingles | referenciap op | depresion | https://www.instagram.com/p/B9rTKhEoWTP/ |
| 23 | 2022 | 442482 | ingles | referenciap op | suicidio | https://www.instagram.com/p/CmOm8hoPRLN/ |
| 24 | 2022 | 28174 | espanol | caricatura | problemamental | https://www.instagram.com/p/CmOm8hoPRLN/ |
| 25 | 2022 | 8655 | ingles | personas | depresion | https://www.instagram.com/p/Cklp_rSGSSsE/ |

| | | | | | | |
|----|------|--------|---------|-------------------|-----------------------|---|
| 26 | 2022 | 383693 | ingles | personas | problemamental | https://www.instagram.com/p/Ci_zFW9AhwC/ |
| 27 | 2023 | 142217 | espanol | referenciap op | apego | https://www.instagram.com/p/Cx8aBZtOcri/ |
| 28 | 2023 | 510404 | espanol | referenciap op | problemamental | https://www.instagram.com/p/Cvi9yuPtN7O/ |
| 29 | 2023 | 91213 | espanol | animales | apego | https://www.instagram.com/p/CvFaNYhu6vv/ |
| 30 | 2023 | 286863 | espanol | referenciap op | problemamental | https://www.instagram.com/p/CqzG8E3Apv8/ |
| 31 | 2023 | 403956 | espanol | referenciap op | suicidio | https://www.instagram.com/reel/CrhCDzILXHU/?id=3089759876502352340_51723557124 |
| 32 | 2023 | 121446 | espanol | caricatura | problemamental | https://www.instagram.com/p/CrPRqlutBKf/ |
| 33 | 2022 | 217130 | espanol | referenciap op | deseoexplicitodemorir | https://www.instagram.com/p/CkUm1w-ugRP/ |
| 34 | 2023 | 149622 | espanol | texto | deseoexplicitodemorir | https://www.instagram.com/p/CqI_Vycr7Sk/ |
| 35 | 2023 | 227436 | espanol | referenciap op | suicidio | https://www.instagram.com/p/Cq4Cbe5pc4w/ |

| | | | | | | |
|----|------|--------|---------|-------------------|-----------------------|---|
| 36 | 2023 | 147194 | espanol | personas | suicidio | https://www.instagram.com/p/CyFSk-sN-OI/ |
| 37 | 2023 | 28289 | espanol | animales | depresion | https://www.instagram.com/p/Cyt5hG0PZjF/ |
| 38 | 2023 | 248554 | ingles | animales | problemamental | https://www.instagram.com/p/CyHLcZztOGE/ |
| 39 | 2023 | 33455 | espanol | referenciap op | apego | https://www.instagram.com/p/CyJD7E1raxyl/ |
| 40 | 2023 | 24428 | espanol | animales | deseoexplicitodemorir | https://www.instagram.com/p/CyHMFoEPGOS/ |
| 41 | 2023 | 28195 | espanol | objeto | problemamental | https://www.instagram.com/p/Cx0xzFFLkzA/ |
| 42 | 2023 | 23303 | espanol | referenciap op | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CxTQiMDOARb/ |
| 43 | 2023 | 53101 | espanol | referenciap op | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CwyYkvSMXXi/ |
| 44 | 2023 | 15815 | espanol | animales | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CwI-DSTlucqd/ |
| 45 | 2022 | 8262 | espanol | texto | problemamental | https://www.instagram.com/p/Ci1gXWasbof/ |
| 46 | 2022 | 25738 | espanol | referenciap op | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CkHMGn6uCHW/ |

| | | | | | | |
|----|------|-------|---------|-------------------|----------------|---|
| 47 | 2022 | 3974 | espanol | objeto | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CkbKJ7OOIWM/ |
| 48 | 2022 | 5452 | espanol | personas | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CjysaX_MZ9e/ |
| 49 | 2023 | 72518 | espanol | personas | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CxWEsnSOKRm/ |
| 50 | 2023 | 5924 | espanol | referenciap op | trauma | https://www.instagram.com/p/CyvVJXSuS0/ |
| 51 | 2023 | 52992 | ingles | personas | trauma | https://www.instagram.com/p/CxHZyeaOcTg/ |
| 52 | 2023 | 9468 | ingles | caricatura | abandono | https://www.instagram.com/p/CwyiVDFOIBG/ |
| 53 | 2023 | 37313 | ingles | referenciap op | apego | https://www.instagram.com/p/CuBDdqTuiO1/ |
| 54 | 2023 | 18853 | espanol | animales | problemamental | https://www.instagram.com/p/Cw8s_CDvode/?img_index=1 |
| 55 | 2023 | 57819 | espanol | animales | problemamental | https://www.instagram.com/p/CwT7sLVLZ8O/ |
| 56 | 2023 | 16922 | espanol | caricatura | problemamental | https://www.instagram.com/p/Cu3kM1yOyHF/ |
| 57 | 2023 | 10459 | espanol | texto | depresion | https://www.instagram.com/p/CZqzHqXNecR/ |

| | | | | | | |
|----|------|--------|---------|-------------------|-----------------------|---|
| 58 | 2023 | 9555 | espanol | caricatura | depresion | https://www.instagram.com/p/CtkPeEsyx3z/ |
| 59 | 2023 | 50666 | espanol | animales | problemamental | https://www.instagram.com/p/CuXrITZvmIR/ |
| 60 | 2023 | 22006 | espanol | animales | ansiedad | https://www.instagram.com/p/Ct-cpWKNW-O/ |
| 61 | 2023 | 24068 | espanol | animales | deseoexplicitodemorir | https://www.instagram.com/p/CsoohfruEZJ/ |
| 62 | 2023 | 16287 | espanol | animales | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CryejDuOX0L/ |
| 63 | 2023 | 10736 | espanol | animales | ansiedad | https://www.instagram.com/p/Crg_VsgPmOw/ |
| 64 | 2023 | 69620 | espanol | animales | esquizofrenia | https://www.instagram.com/p/CyL6c3Yryl8/ |
| 65 | 2023 | 256739 | espanol | personas | esquizofrenia | https://www.instagram.com/p/CyTg4v5rFck/ |
| 66 | 2023 | 120595 | espanol | referenciap op | depresion | https://www.instagram.com/p/Cx56KPQu38X/ |
| 67 | 2023 | 369390 | ingles | animales | problemamental | https://www.instagram.com/p/CxWa3nhsAup/ |
| 68 | 2023 | 6389 | ingles | referenciap op | problemamental | https://www.instagram.com/p/CyTKq1koK2i/ |

| | | | | | | |
|----|------|--------|---------|-------------------|----------------|---|
| 69 | 2023 | 8044 | ingles | referenciap op | problemamental | https://www.instagram.com/p/Cxu2qinS5N1/ |
| 70 | 2023 | 11177 | espanol | caricatura | suicidio | https://www.instagram.com/p/CvAj7s8rHHa/ |
| 71 | 2023 | 8737 | espanol | personas | trauma | https://www.instagram.com/p/CutDiGNN1A1/?img_index=1 |
| 72 | 2023 | 7799 | espanol | referenciap op | problemamental | https://www.instagram.com/p/Ctm7px4pIFC/ |
| 73 | 2023 | 130513 | espanol | referenciap op | problemamental | https://www.instagram.com/p/Cs4ta5ZtcKO/ |
| 74 | 2023 | 134113 | espanol | personas | problemamental | https://www.instagram.com/p/CsiBZscsaj3/?img_index=4 |
| 75 | 2023 | 13942 | espanol | caricatura | depresion | https://www.instagram.com/p/CsOxoXTLj9q/?img_index=1 |
| 76 | 2023 | 697 | espanol | objeto | problemamental | https://www.instagram.com/p/Cyxy3M8A-BU/ |
| 77 | 2023 | 49097 | espanol | referenciap op | trauma | https://www.instagram.com/p/Cybc tf2pvzT/?img_index=1 |
| 78 | 2023 | 47149 | espanol | caricatura | apego | https://www.instagram.com/p/CyJf-M0pfMu/ |
| 79 | 2023 | 34111 | espanol | caricatura | trauma | https://www.instagram.com/p/CxO3bRJfJS/ |

| | | | | | | |
|----|------|--------|---------|-------------------|----------------|---|
| 80 | 2023 | 44954 | espanol | objeto | problemamental | https://www.instagram.com/p/CvUIFAtcEm/ |
| 81 | 2023 | 372780 | espanol | personas | trauma | https://www.instagram.com/p/Cvh5LWL4MW/ |
| 82 | 2023 | 110777 | espanol | personas | trauma | https://www.instagram.com/p/CstODxUr2ZW/ |
| 83 | 2023 | 48762 | espanol | animales | apego | https://www.instagram.com/p/Cygp4JGuaGp/ |
| 84 | 2023 | 22149 | ingles | caricatura | problemamental | https://www.instagram.com/p/CxyOMSQreNR/ |
| 85 | 2023 | 37360 | ingles | personas | ansiedad | https://www.instagram.com/p/Cxw8L3UMiXK/ |
| 86 | 2023 | 61445 | ingles | referenciap op | trauma | https://www.instagram.com/p/CxgK-vFsLhu/ |
| 87 | 2023 | 489861 | espanol | animales | depresion | https://www.instagram.com/p/CxjhCFor1wp/ |
| 88 | 2023 | 24601 | espanol | personas | apego | https://www.instagram.com/p/CtWuVHlrg1S/ |
| 89 | 2023 | 3143 | ingles | personas | ansiedad | https://www.instagram.com/p/Cygg0nfL_9H/ |
| 90 | 2023 | 2476 | ingles | referenciap op | problemamental | https://www.instagram.com/p/CyWABHcJb7s/?img_index=1 |

| | | | | | | |
|-----|------|--------|---------|-------------------|-----------------------|---|
| 91 | 2023 | 26652 | espanol | referenciap op | deseoexplicitodemorir | https://www.instagram.com/p/CtIH e8AsXbA/?img_index=1 |
| 92 | 2023 | 10058 | espanol | caricatura | suicidio | https://www.instagram.com/p/CyIp USxLoIM/ |
| 93 | 2023 | 226009 | espanol | animales | trauma | https://www.instagram.com/p/Cx5r CDtLuP0/ |
| 94 | 2023 | 603686 | ingles | objeto | suicidio | https://www.instagram.com/p/Cwb gBuhJRnC/ |
| 95 | 2023 | 27232 | espanol | referenciap op | trauma | https://www.instagram.com/p/CwQ _N3XRzY2/?img_index=1 |
| 96 | 2023 | 27232 | espanol | animales | problemamental | https://www.instagram.com/p/CwQ _N3XRzY2/?img_index=5 |
| 97 | 2023 | 2216 | espanol | animales | ansiedad | https://www.instagram.com/p/Cye kbL1xtek/?img_index=1 |
| 98 | 2023 | 2412 | espanol | animales | ansiedad | https://www.instagram.com/p/CxO- g_txlli/?img_index=3 |
| 99 | 2023 | 86892 | espanol | animales | problemamental | https://www.instagram.com/p/Cwg mCF0R7IK/?img_index=4 |
| 100 | 2023 | 43948 | espanol | animales | problemamental | https://www.instagram.com/p/Cyg R9rfMnh0/ |
| 101 | 2023 | 13243 | espanol | personas | depresion | https://www.instagram.com/p/Cyo ulr_PDM_ / |

Fuente: Elaboración Propia