

Web 2.0 y fiestas populares: análisis de la creación de contenidos

Carla María Maeda González

Departamento de Comunicación y Periodismo Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey, Monterrey,

Nuevo León, México.

carla.maedag@itesm.mx

Recibido: 28 de septiembre de 2015

Aceptado: 10 de octubre de 2015

Para citar este artículo: Maeda González, C. M. (2015). Web 2.0 y fiestas populares: análisis de la creación de contenidos (24) 161-186

Recuperado de: <http://creatividadysociedad.com/articulos/24/7>. Web 2.0 y fiestas populares - analisis de la creacion de contenidos.pdf

Resumen

El presente trabajo tuvo como objetivo analizar de qué manera las redes sociales promueven la creatividad inmersa en la cultura mexicana para la creación de imágenes macro por parte de los usuarios en torno a las fiestas populares de su país. Para lograrlo se analizaron 54 “memes de Internet” publicados en una comunidad virtual. Se encontró que la ironía y burla características de los mexicanos, están presentes en la mayor parte de estos contenidos, y se concluyó además que las fiestas populares ya no se encuentran limitadas sólo a espacios físicos, sino que ahora, gracias a la web 2.0, pueden vivirse a través de las comunidades virtuales, sin perder los elementos esenciales de las fiestas populares tradicionales.

Palabras clave

Fiestas populares · Comunidades virtuales
Grito de independencia · Twitter

Abstract

This study aimed to analyze how social media promotes the creativity present in Mexican culture for the creation of macro images about folk festivals. To do this, 54 macro images were analyzed. It was found that the irony and mockery that distinguish Mexican people, have an important role in the content analyzed. Also, it was concluded that currently, web 2.0 allow people to live festival folks through virtual communities without losing the most important characteristics of these celebrations.

Key words

Festival folks · Virtual communities · Shout of Independence · Twitter

Introducción

Las fiestas populares son una de las tantas expresiones de cultura nacional y son definidas como

un hecho cultural colectivo que evoca un ser o un acontecimiento sagrado o profano a través de ceremonias, rituales, festejos o actos conmemorativos. La fiesta es transmitida por tradición, tiene permanencia y evoluciona con el tiempo, y la sociedad que la celebra la dota de significados (Pizarro, 2004, p. 28).

En México existe una gran variedad de fiestas populares en distintos estados de la república. Destacan el carnaval de Veracruz, el festival internacional cervantino en Guanajuato y la Feria de San Marcos en Aguascalientes, sin embargo, una de las fiestas populares más importantes es la fiesta de la independencia, celebración en la que se conmemora el inicio –que no la culminación- de la batalla de independencia, la misma que terminó el 21 de septiembre de 1821 con la rendición de España, y la independencia de lo que hoy es llamado México.

La fiesta de la independencia en México conmemora de forma particular un acontecimiento: el momento en el que el cura Miguel Hidalgo y Costilla realizó un llamado tanto a indígenas como a criollos, desde la parroquia de Dolores (hoy Dolores Hidalgo, Guanajuato). Para llamar al “pueblo”, Hidalgo hizo sonar la campana de la parroquia el 16 de septiembre por la mañana. Fue así como comenzó una lucha contra el gobierno de la familia borbónica en España.

Así, Miguel Hidalgo gritó durante esa reunión: ¡Viva Fernando VII, muera el mal gobierno! y comenzó lo que hoy en los libros de historia se conoce como la guerra de independencia.

Una vez culminada la independencia, se comenzó a llevar a cabo una ceremonia en que se tocaba la campana y se gritaba para expresar la alegría por la

independencia, los primeros “gritos de independencia” se llevaban a cabo el 16 de septiembre, y tenían un carácter político-religioso, ya que a las ceremonias asistían tanto autoridades políticas como eclesiásticas.

En 1846 se decidió cambiar la ceremonia del grito de independencia al 15 de septiembre. Ese año se llevó a cabo una serenata afuera de Palacio Nacional, y una velada en la Real y Pontificia Universidad de México. Sin embargo, no fue hasta 1867, durante la segunda intervención francesa en México, que Maximiliano de Habsburgo oficializó esta fiesta popular y se trasladó a Dolores Hidalgo para dar “el grito”.

En la actualidad, septiembre es considerado el “mes patrio” y se continúa realizando “el grito de independencia” en las principales plazas públicas del país. El 15 de septiembre por la noche, los gobernadores de los distintos estados y los alcaldes en los principales municipios, en distintos recintos, tocan una campana y gritan “¡Vivan los héroes que nos dieron patria!”, “¡Viva México!”, y posteriormente se lleva a cabo un espectáculo de pirotecnia, y comienza una fiesta en la que hay comida y música típica del país. En México, Distrito Federal, capital del país, la ceremonia es protagonizada por el Presidente de la República, que actualmente es Enrique Peña Nieto.

Lo anterior sirve sólo para contextualizar esta importante fiesta popular mexicana; sin embargo, ahora es importante retomar lo mencionado en la definición presentada al principio, particularmente lo que tiene que ver con que estas celebraciones tradicionales evolucionan con el tiempo, ya que las sociedades la van dotando de significados nuevos. Esto es importante para la presente investigación, puesto que en la actualidad existen una gran cantidad de tecnologías con las que la sociedad que comenzó a celebrar esta fiesta popular no contaba. Una de las más recientes es la existencia de la web 2.0, donde las personas son capaces de interactuar. Un ejemplo claro de esto son las redes sociales, espacios virtuales donde los usuarios tienen la libertad de interactuar con otras personas, incluso aquellas que no conocen de manera personal o que se encuentran lejanas geográficamente.

Una expresión cultural presente en las redes sociales son los llamados “memes de Internet”, que pueden ser definidos como

un medio que transmite un suceso, material o idea –que pueden tener la forma de una imagen, video, música, frase o broma- que es seleccionada, modificada y transmitida de persona a persona en Internet. Gracias a la capacidad de Internet de transmitir información de forma casi instantánea y precisa, estos memes pueden difundirse masivamente (García, 2014, s/p).

Por su parte, el término imágenes macro se refiere a aquellos memes que constan sólo de una ilustración con un texto sobrepuesto; esta imagen puede ser un dibujo o una fotografía, la misma que es complementada con un texto irónico, ingenioso o humorístico.

Estas herramientas, aunadas a la creatividad presente dentro de la cultura mexicana, a través de la cual las personas encuentran la manera de realizar comentarios o acciones ingeniosas o cómicas, dan la pauta para la presente investigación que tiene como objetivo analizar de qué manera las redes sociales promueven la creatividad inmersa en la cultura mexicana para la creación de imágenes macro por parte de los usuarios en torno a las fiestas populares de su país.

El presente trabajo resulta relevante ya que como señala García (2014), dada la novedad de los “memes de Internet”, existe poca investigación académica al respecto (Danung y Holloway-Attaway, 2008; García, 2014; Knobel y Lankshear, 2007). Por otro lado, existe investigación académica escasa (por no decir nula), que relacione los “memes de Internet”, particularmente las imágenes macro, con las fiestas populares.

Marco teórico

La fiesta popular

Etimológicamente, la palabra fiesta viene del latín *dies festus*, que significa “día de regocijo”, y se utiliza normalmente para denominar a la conmemoración de un evento o persona sagrados, la cual normalmente implica el cese de labores por parte de la comunidad (Macías, 2008).

Existen distintas definiciones de fiesta, una de ellas es, como se dijo al inicio de esta investigación, indica que la fiesta popular es un hecho cultural colectivo que evoca a un ser o a acontecimiento ya sea sagrado o profano, a través de rituales y ceremonias, y es transmitida por tradición (Pizarro, 2004).

Por su parte, Umberto Eco, V.V. Ivanov y Mónica Rector, (1989) y Miguel Roiz (1982) afirman que la fiesta popular es un fenómeno social comunicativo. Eco y sus colegas (1989) afirman que a través de este acto comunicativo se transmiten significados diversos, entre los que destacan los políticos, sociales, históricos y religiosos. Por su parte, Roiz (1982) añade que la fiesta popular es una serie de significados de un grupo, las cuales son expresadas a través de costumbres, tradiciones, ritos y ceremonias (Roiz, 1982).

Por su parte, Claudia Macías (2008), en un artículo donde reflexiona acerca del fenómeno social de la fiesta popular en América latina, la define como

un complejo contexto donde tienen lugar una intensa interacción social, un conjunto de actividades y de rituales, una profusa transmisión de mensajes –algunos de ellos trascendentes-, y un desempeño de roles peculiares que no se ejerce en ningún otro momento de la vida comunitaria (p. 2).

Las fiestas populares aparecen en momentos de transición, de tal manera que conmemoran un cambio que se presenta en la sociedad (Turner, 1969). Además, uno de los elementos más importantes de éstas es que no pueden ser vividas ni celebradas por una sola persona, se requiere necesariamente la participación de la comunidad, por lo que cuando un individuo se distancia de ella, la fiesta deja de serlo para él (Macías, 2008; Velasco, 1982).

Una de las funciones más importantes que tiene la fiesta a nivel social y cultural es la recuperación de la memoria de los orígenes, ya que ésta permite recuperar el pasado en función del futuro en el presente y el rescate del tiempo remoto (Machado en Macías, 2008)-. Por otro lado, las fiestas populares les permite a las comunidades “afirmarse como tales ante un sistema opresor, o puede servir de blanco de otros tipos de poder” (Macías, 2008, p. 3).

Según Claudia Macías (2008), la fiesta popular en América Latina funciona como un espacio que permite la preservación y unificación de la comunidad, y es gracias a éstas que las comunidades latinoamericanas reviven sus raíces y reafirman su propia identidad cultural. En este sentido, Homobono (1990) afirma que “toda celebración periódica de una fiesta denota la existencia de un determinado nivel de identificación y vivencia colectiva, constituye un indicador que permite evaluar la conciencia de adscripción a esa colectividad” (p. 45). De esta manera, las fiestas populares y los rituales exaltan de manera periódica las particularidades de cada cultura, reforzando así el sentimiento de pertenencia a una comunidad determinada y reproduciendo de manera simbólica su identidad colectiva (Homobono, 1990).

En este apartado se revisó el significado que distintos autores han dado de fiesta popular, así como algunas de sus principales funciones. Uno de los aspectos que hay que destacar es la importancia que juega lo comunitario y lo social en este tipo de celebraciones y rituales ya que, como ya se dijo, la existencia de una fiesta popular no es posible a menos que ésta se viva en comunidad. Por este motivo, para esta investigación es importante revisar el concepto de comunidades virtuales, ya que

muchas de las interacciones que se presentan en la actualidad no son presenciales sino a través de los medios digitales, particularmente las redes sociales.

Medios digitales

Según Gallego (2013), una comunidad es “un grupo de personas que voluntariamente se asocian con un fin común” (p. 36). Según este autor, existen distintos elementos que definen a una comunidad:

1. **Objetivo:** Existen dos tipos de objetivos dentro de una comunidad: el aglutinante, que es la meta que todos los miembros siguen y por la cual decidieron asociarse, puede ser detener el calentamiento global, abolir una determinada ley, etcétera, y el objetivo personal, que es el que tiene cada miembro de la comunidad y que suele mantener oculto, éste puede ser promover su carrera política, obtener reconocimiento, etcétera.
2. **Identidad:** Los miembros de una comunidad deben tener un sentido de pertenencia, sentirse parte de ella. Esto es indispensable para el desarrollo de cualquier comunidad.
3. **Reconocimiento:** Es la recompensa que se les ofrece a los miembros para continuar e incrementar su participación. Normalmente se trata de ascensos en la jerarquía de la comunidad.
4. **Normas:** Esto se refiere a las barreras que se establecen para la entrada y salida a y de una comunidad determinada.
5. **Jerarquía:** Las comunidades utilizan un sistema jerárquico con un gran número de grados para motivar a los miembros a tener una mayor participación y un mayor compromiso.
6. **Compromiso:** Dentro de todas las comunidades, el 1% de los miembros realizan la mayor parte de las actividades, el 9% lleva a cabo acciones complementarias, y el 90% restante sólo actúa como espectador de lo que ocurre dentro del grupo.

7. El líder: La figura del líder es de suma importancia, especialmente durante las fases iniciales de una comunidad. Éste debe establecer los objetivos comunes y las “reglas del juego”.
8. Medio: Es el lugar, ya sea físico o virtual, a través del cual interactúan los miembros de una comunidad. Puede ser algo físico (sala de juntas o reuniones) o bien uno virtual (red social, foros, lista de correos, etcétera). Es este elemento precisamente el que diferencia a una comunidad tradicional de una virtual.

En la actualidad, es común que los conceptos de comunidad virtual y el de red social se confundan, por lo que es importante clarificarlo. Boyd y Ellison (2008), afirman que una red social es un servicio web que permite a las personas 1) construir un perfil ya sea público o semipúblico dentro de un sistema compartido, 2) crear una lista de usuarios que se encuentren dentro del sistema y con los cuales compartir una conexión, y 3) navegar a través de la lista de conexiones propias y las de los demás usuarios. Así pues, mientras las redes sociales son sólo el medio que permite a las personas interactuar, la comunidad virtual es el grupo de personas que comenta, comparte y tiene un objetivo en común.

Una de las peculiaridades de la web 2.0, es la posibilidad que otorga a las personas de interactuar unas con otras, e incluso de producir contenidos. De esta manera, se pasa del espectador de los medios tradicionales, que sólo tenía la posibilidad de recibir los mensajes que alguien más había producido, al usuario, que si bien consume contenidos, también es capaz de producirlos.

El término “prosumidor” se utiliza para referirse a “aquellos usuarios de la red que asumen el rol de canal de comunicación. Tiene su origen en la unión de dos conceptos: productor y consumidor” (Sánchez y Contreras, 2012, p. 65).

Así pues, las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* dan la posibilidad a los prosumidores de ser usuarios muy activos que utilicen estos medios como canales para generar opinión (Gallego, 2013; Sánchez y Contreras, 2012).

Los llamados “memes de Internet” es un tipo de contenido que es muy producido y consumido por los usuarios de la web 2.0. Éstos son definidos como “un medio que transmite un suceso material o idea –que pueden tener forma de una imagen, video, música, frase o broma que es seleccionada, modificada y transmitida de persona a persona en Internet” (García, 2014). Este tipo de memes son compartidos de forma masiva a través de las distintas redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *9gag* o *Tumblr*.

Los memes comenzaron a ser estudiados desde la memética por Richard Dawkins (1993) y Susan Blackmore (2000), quienes no se referían a los contenidos producidos y consumidos en Internet, sino a cualquier cosa de la que se puedan hacer copias, y a los agentes activos que tratan de replicarse y propagarse de la manera en que lo hacen los virus y los genes.

Así, desde este punto de vista los memes son “elementos de información cultural que se transmite de mente a mente con variaciones y selecciones, principalmente por imitación y con tres características: fidelidad, fecundidad y longevidad” (García, 2014). Las tres características anteriores se refieren a que el meme se copie de manera precisa, que se hagan muchas copias de él y que prevalezca por mucho tiempo.

Posteriormente este término se comenzó a utilizar para referirse a los contenidos que se propagan a través de la redes sociales y que fueron descritos arriba. Es importante mencionar que existe muy poca investigación con respecto a los “memes de Internet” (Chen, 2012; Danung y Holloway-Attaway, 2008; García, 2014; Knobel y Lankshear, 2007, 2009; Stryker, 2011).

Dentro de estos memes, existe un tipo que se ha vuelto uno de los más populares entre los usuarios, y se trata de las “imágenes macro”, este término es utilizado para referirse a ilustraciones, que pueden ser dibujos o fotografías, que tienen un texto sobrepuesto, este mensaje suele ser irónico o humorístico (García, 2014).

Creatividad y cultura mexicana

Al involucrar la modificación de ilustraciones y creación de frases irónicas o humorísticas, los memes en general y las imágenes macro en particular requieren de la creatividad de los usuarios de las redes sociales, es decir, de los prosumidores. Según Edward De Bono (1994) ser creativo significa crear algo que antes no existía, siempre y cuando la creación tenga algún valor, de esta manera el producto creativo no puede ser ni obvio ni fácil, sino que debe tener algún rasgo raro o singular.

Una de las culturas que se distingue por su creatividad es la mexicana. Al vivir en uno de los países con desigualdades sociales más marcadas (Ferranti y otros, 2004), los mexicanos utilizan la ironía y la burla para hacer notar su descontento (Gómez-Gutiérrez, 2011; Vasíleva, 1997).

Desde principios del siglo XX, se comenzaron a elaborar caricaturas con tintes políticos y “calaveritas”¹ para los políticos de la época, con la intención de denunciar, criticar o burlarse de la gente en el poder (Lomnitz, 2006). Así, el mexicano ante la imposibilidad de entablar un diálogo con su interlocutor, opta por burlarse de él a través de los medios que tiene a mano o que genera a través de su creatividad.

Poniendo como ejemplo a la cultura española y el pasado colonizador que une a ambos países, Vasíleva (1997) describe el pensamiento del mexicano: “Yo no puedo amar a mi interlocutor, yo no lo quiero, él invadió mi tierra, pero como él es el vencedor y yo el vencido, no me queda otra cosa que burlarme de él” (p. 389). Así, mientras los mexicanos se burlan de la clase política a través de las caricaturas o las “calaveritas”, de los españoles lo hacen a través de chistes que denigran el aspecto físico, la forma de expresar las emociones y las tradiciones de los *gallegos* o *gachupines* (Gómez-Gutiérrez, 2011; Lomintz, 2006; Vasíleva, 1997). Lo anterior, deja ver la manera en que, dentro de la cultura mexicana, se hace uso constante de la

¹ Textos cortos, escritos en rima donde se narra la manera en que la muerte viene al mundo a recoger y llevarse a una persona. En este caso, las calaveritas hacen referencia a políticos o personas en el poder.

creatividad para mostrar un descontento social en contra del poderoso y el vencedor.

Con las herramientas brindadas por la web 2.0, particularmente las redes sociales, se otorga a los mexicanos nuevas posibilidades de medios a través de los cuales manifestar este tipo de emociones y pensamientos.

Lo revisado en este marco teórico ha resaltado la importancia de lo comunitario en las fiestas populares y la manera en que los usuarios, la creatividad del mexicano expresada a través de diversos medios (chistes, caricaturas, etcétera), y también los tipos de mensajes que los usuarios de las redes sociales pueden consumir y producir (prosumidores). Todos estos elementos serán de utilidad para este análisis en donde convergen las fiestas populares, la creatividad presente en la cultura mexicana y las redes sociales.

Metodología

Como se mencionó al inicio, este trabajo tiene como objetivo analizar de qué manera las redes sociales promueven la creatividad inmersa en la cultura mexicana a través de la creación de contenidos por parte de los usuarios en torno a las fiestas populares de su país.

Técnicas

Para lograrlo se tomó una perspectiva cualitativa, particularmente la técnica del análisis de contenido cualitativo. Se eligió esta técnica, debido que en ella "lo importante implica la novedad, el interés, el valor de un tema, es decir su presencia o su ausencia, y además es mucho más sensible que su homónimo cuantitativo" (Gómez, 2000).

Por otro lado, al ser una investigación realizada dentro de las comunidades vir-

tuales que son las redes sociales, este trabajo toma como base la netnografía, la cual proviene de la etnografía y tiene como objetivo estudiar el comportamiento del consumidor en el contexto de las comunidades virtuales y ciberculturas (Turpo, 2008).

Esta técnica no sólo se utiliza para analizar a los consumidores, sino para estudiar cualquier interacción dentro de una comunidad virtual. En el caso específico de esta investigación, no se da mucho peso a las interacciones que realizan las personas para con las imágenes macro, sin embargo, resulta importante mencionar a la netnografía, ya que sí se están estudiando las expresiones culturales claras, sintéticas y cortas (memes/imágenes macro), producidas y consumidas por los usuarios de estas redes sociales.

Muestreo

Se realizó un muestreo por conveniencia, debido a que la investigadora eligió esta comunidad virtual en específico, por ser un espacio donde las personas publican contenido relacionado con el país en general y con las fiestas patrias en particular.

Se decidió analizar los contenidos publicados entre el 15 y el 16 de septiembre de 2015, esto por ser la fecha exacta en que se festeja la independencia de México, situación que permite revisar de qué es lo que los usuarios publican durante esas fechas en particular. Así pues, se analizaron todas las imágenes macro publicadas durante esos dos días, obteniendo así una cantidad de 54 elementos.

Unidad de análisis

Para llevar a cabo el análisis, se decidió tomar en cuenta contenidos compartidos por los usuarios a través de *Twitter*, esto por ser una de las redes sociales más utilizadas. Así pues, se analizaron los contenidos compartidos por los usuarios a través del *hashtag* #Esdenochemexicana, se eligió este espacio debido a que ha

tenido popularidad durante los últimos años, y ha sido retomados por otros medios e comunicación como los periódicos en línea e incluso algunas televisoras a nivel nacional. Según Danung y Hollyway-Attaway (2008), el posicionamiento que tienen los memes en los medios tradicionales son un indicador de la relevancia y penetración que éstos poseen. En este caso, se utiliza lo dicho por estos autores, no para ponderar a los memes de Internet, sino al espacio en que éstos han sido publicados.

Por otro lado, se eligió esta comunidad en específico debido a que, como su nombre lo dice, los usuarios publican fotografías, noticias, videos, fotos y por supuesto memes de Internet, relacionados precisamente con sus festejos del 15 de septiembre por la noche, que es la fiesta popular que interesa a esta investigación.

Dentro de estas comunidades virtuales sólo se analizaron aquellos contenidos que entren en la clasificación de "memes de Internet", particularmente los que fueran una imagen macro, de acuerdo a lo descrito por García (2014), es decir, sólo se analizaron las fotografías con un texto irónico, ingenioso o humorístico sobrepuesto, dejando fuera actualizaciones de estado, fotografías sin texto, videos, enlaces, etcétera.

Instrumento

Para recoger los datos de ambas redes sociales, se elaboró *a priori* una guía para especificar los elementos que se considerarían para el análisis. De esta manera, se establecieron los siguientes:

9. Tono: Se evalúa si la imagen macro tiene un tono serio o irónico (burla), y si se transmite el mensaje de forma directa o indirecta.
10. Tema: Se menciona si la imagen macro habla acerca de los héroes de la independencia, los políticos mexicanos o la situación política y social actual, o de la fiesta en particular (comida, bebida, actividades recreativas).
11. Enfoque: Se analiza si el mensaje tiene un enfoque humorístico, de orgullo nacional, reflexivo, crítico, o alguna combinación entre estos elementos.

A partir de estas categorías, se revisaron los contenidos publicados por los usuarios de estas redes sociales. Una vez analizada la información proveniente de las imágenes macro, ésta fue procesada y ordenada para elaborar los resultados y conclusiones que a continuación se presentan.

Resultados

Después de haber realizado el análisis de las 54 imágenes macro publicadas por los usuarios en el grupo #Esdenochemexicana, de *Twitter*, se encontró que éstas tienen principalmente un enfoque crítico, a través del cual se exponen los puntos con los cuales no se está de acuerdo con respecto a las decisiones y acciones tomadas por el grupo en el poder, específicamente al gobierno presidido por Enrique Peña Nieto. A continuación se muestra una tabla donde aparece en orden de importancia los distintos enfoques presentes en los “memes de Internet” contemplados en este estudio.

Tabla 1. Enfoque de las imágenes macro en Twitter

Enfoque de la imagen macro
Crítico
Humorístico
Festivo
Reflexivo

Fuente: Elaboración propia

En la anterior tabla se puede ver además que, luego de la crítica a las decisiones tomadas por el gobierno y a la situación social que se vive en México, el enfoque más común entre las imágenes macro publicadas por los usuarios de esa comunidad virtual en específico, es el humorístico, es decir que tiene la intención de causar gracia o hacer reír a otros. Lo anterior fue buscado por los prosumidores a través de

“memes de Internet” que colocaban como imagen un dibujo de alguno de los héroes más importantes de la independencia -especialmente Miguel Hidalgo que, como se dijo, dio el primer Grito de Independencia el 16 de septiembre de 1810-, y colocando sobre ella una frase relajada y común, o bien dotándolo de elementos pertenecientes a la cultura actual.

Una imagen macro que reúne las dos características es la siguiente:

Figura 1: Imagen macro enfoque humorístico (héroes nacionales).



Fuente: Twitter (2015). Recuperado el 17 de septiembre de 2015 de twitter.com/#esdenochemexicana

En esta imagen macro, se presenta a Miguel Hidalgo con gafas de sol, como si estuviera listo para ir a la discoteca para festejar bebiendo y bailando, además utiliza la frase “qué (sic.) empiece la fiesta”, es decir, utiliza frases muy comunes, lejos de usar el lenguaje serio y solemne con el que se le representa durante los cursos de Historia de México o contenidos oficiales, es decir, difundidos por los distintos gobiernos. De esta manera, en esta ilustración se muestran tanto el lenguaje coloquial como los elementos propios de la cultura actual, por este motivo se eligió esta imagen macro para ser mostrada en el presente artículo.

El resto de las imágenes con enfoque humorístico, estaban relacionadas prin-

principalmente con la gastronomía mexicana y la ingesta de alcohol durante la noche del 15 de septiembre y todo el día posterior.

Por otro lado, las imágenes macro que tienen el enfoque festivo, son normalmente publicadas por establecimientos comerciales que, dentro de su manejo de redes sociales, se hacen presentes deseando a los ciudadanos mexicanos que pasen felices fiestas patrias. Algunos otros negocios invitan a las personas a festejar la noche de El Grito en sus recintos. Sólo se encontró un “meme de Internet” que entra en esta categoría y que fue publicado por usuarios comunes, en este caso mostraron su orgullo por ser mexicanos pero utilizando palabras altisonantes.

Las imágenes patrias que tenían la intención transmitir el orgullo por ser mexicano, colocaron una fotografía o dibujo de algún elemento importante de la cultura del país, ya fuera comida, vestimenta, o simplemente verde, blanco y rojo (los colores de la bandera nacional), y la acompañaron principalmente con la frase “¡Viva México!” o bien “Felices fiestas patrias”.

En cuanto al enfoque reflexivo mencionado en la tabla de arriba, se encontraron imágenes macro donde se colocan como ilustraciones, dibujos de personajes históricos, hayan tenido que ver o no con el movimiento independentista, y como la frase, a diferencia de las que aparecen en los enfoques anteriores, tenían un tono serio y profundo, y tienen como intención dejar una enseñanza o invitar a meditar o reflexionar acerca de algún tema en particular. Estas frases escritas sobre las ilustraciones, son acuñadas a las personas que aparecen en cada una de las fotografías.

En menor cantidad, dentro de este enfoque aparecieron imágenes macro que, en un tono serio y directo, invitaban a los ciudadanos a tomar conciencia de la situación económica, social y política que vive el país.

Además del enfoque, otra de las variables que se analizó fue el tema. A continuación se presentan, en orden de importancia los temas que trataron estas imágenes macro publicadas por los usuarios.

Tabla 2. Tema tratado por las imágenes macro en Twitter

Tema de las imágenes macro
Evento en el Zócalo/Enrique Peña Nieto
Héroes de la independencia u otros eventos históricos
Comida típica y bebidas alcohólicas
Orgullo nacional
Aspiracionales
Descanso
Pirotecnia

Fuente: Elaboración propia

En sintonía con lo encontrado en cuanto al enfoque, en esta tabla es posible notar que el tema principal presente en las imágenes macro publicadas por los usuarios fue el tradicional evento de “El Grito” en el Zócalo de la Ciudad de México que, como se mencionó antes, es dirigido por el presidente de la república. Así, la mayoría de estas imágenes tenían como intención invitar a las personas a no asistir a esta celebración con la intención de mostrar descontento por las situaciones sociales y económicas que se están viviendo en la actualidad, tales como devaluación de la moneda, desapariciones forzadas, etcétera. Otras más, sólo tenían la intención de lanzar insultos al presidente y a su familia.

En segundo lugar de aparición, se encuentran las imágenes que de alguna u otra manera reconocen la importancia de los héroes nacionales, ya sea que hayan tenido relación directa con la guerra de independencia o bien con algún otro evento histórico importante.

Muy cercano al anterior, otro de los temas que tuvo más importancia para los miembros de #Esdnochemexicana, fue la gastronomía típica mexicana, y el consumo de bebidas alcohólicas durante la noche del 15 de septiembre. Es importante desta-

car que el pozole² fue el platillo típico que apareció en todas las imágenes analizadas.

El engrandecimiento del orgullo nacional también estuvo presente como tema importante. Éste fue tratado principalmente por los establecimientos comerciales. Todas las imágenes macro que tenían este tema, fueron categorizados con el enfoque “festivo” mostrado con anterioridad, de tal manera que en estos casos se veían elementos propios de la cultura mexicana, y frases como “¡Viva México!”.

El tema “aspiracional” y “descanso” aparecieron con la misma frecuencia dentro de la comunidad virtual de *Twitter*. El primero se relaciona con ese deseo presente en la cultura mexicana, de tener un parecido mayor con la cultura de los Estados Unidos, presente sobre todo en los estratos socioeconómicos más altos. En estas imágenes macro se resalta la manera en que algunas personas pertenecientes a estos niveles económicos, buscan ser rubios, hablar en inglés y consumir productos provenientes de la cultura sajona, sin embargo durante septiembre, el llamado “mes de la patria”, exaltan que tienen raíces indígenas y se dicen muy orgullosos de ser mexicanos.

En cuanto al tema de descanso, se habló de la alegría que causa a las personas el suspender labores a causa de una fiesta popular. Así, a manera de broma agradecen a los héroes de la independencia por haber llevado a cabo esa guerra que hoy, les permite tener un día de descanso. Por otro lado, también se juega con la connotación que en México se le da a la palabra “puente”, que si bien es utilizada de manera literal, también se le conoce así a los días en que hay asueto a nivel nacional. Por último, con una sola mención apareció el tema de evitar la pirotecnia durante la noche de festejo, debido a los inconvenientes que éstos causan a los animales de compañía, específicamente los perros.

En cuanto al tono de las imágenes macros presentes en la comunidad virtual estudiada, se encontró que la mayoría de los mensajes transmitidos tienen un tono

² Es una especie de caldo hecho a base de granos de maíz al que se le agrega carne de pollo o de cerdo como ingrediente secundario.

irónico, que tiene la intención de burlarse tanto de las personas en el poder como de algunas actitudes presentes en las personas del pueblo. Así, estos “memes de Internet”, tenían como intención principal hacer reír a los usuarios.

Por otro lado, se pudo ver que la mayoría de las imágenes publicadas por los usuarios, transmiten su mensaje de forma indirecta. Así pues, los consumidores de éstas deben conocer la realidad política, social, económica y cultural del país para poder entenderlos, debido a que hacen referencia a figuras históricas, políticos actuales, eventos recientes, e incluso argot que no puede ser fácilmente decodificado por una persona que no conozca estos antecedentes. Sin embargo, también fueron publicados algunos otros que dan el mensaje de manera clara y directa, de forma tal que pueden ser entendidos por cualquier persona que entienda el castellano.

Figura 2. Imagen macro con mensaje directo



Fuente: Twitter (2015). Recuperado el 17 de septiembre de 2015 de twitter.com/#esdenochemexicana

Figura 3. Imagen macro con mensaje indirecto



Fuente: Twitter (2015). Recuperado el 17 de septiembre de 2015 de twitter.com/#esdenochemexicana

Al analizar el contenido de las dos imágenes anteriores, es posible notar que mientras en la primera imagen se dice de manera muy clara que ser mexicano es equivalente a la perfección, siendo este mensaje fácilmente decodificable para cualquier persona hispanoparlante, en el segundo se hace alusión a Juan Escutia quien, dentro del imaginario, se cree que participó en la Batalla de Chapultepec, un enfrentamiento armado que se dio en 1847 durante la intervención norteamericana en Estados Unidos.

A lo largo de los años, se ha dicho e incluso se ha incluido en los libros de texto, que Juan Escutia fue un cadete del colegio militar que, durante el enfrentamiento armado y para evitar que los extranjeros mancillaran la bandera nacional, se envolvió en ella y saltó desde una de las torres del castillo donde se llevaba a cabo la batalla, en honor al cual se nombró a esta última sin embargo, la pertenencia de Escutia al Colegio Militar no aparece en los registros.

Con lo anterior, es posible entender que esta imagen macro con mensaje indirecto, busca causar gracia entre los usuarios, haciendo alusión al evento por el que este personaje es reconocido dentro de la historia del país.

Conclusiones

Como se mencionó al inicio, esta investigación tuvo como objetivo analizar de qué manera las redes sociales promueven la creatividad inmersa en la cultura mexicana para la creación de imágenes macro por parte de los usuarios en torno a las fiestas populares de su país. Por medio del análisis de estos 54 “memes de Internet”, se logró identificar que, tal y como lo menciona De Bono (1994), los usuarios de #Esdenochemexicana, utilizan su pensamiento creativo ya que generan algo que antes no existía, y que tiene rasgos únicos y singulares, como es el caso de las distintas imágenes macro, construidas por los prosumidores presentes en las redes sociales a partir de imágenes nuevas o modificadas, y frases sobrepuestas que, en la mayoría de las ocasiones, busca causar gracia entre los demás usuarios.

Por otro lado, es posible ver la creatividad propia del usuario mexicano, en el uso recurrente de la burla y la ironía al hablar de hechos que ocurren en el entorno nacional (Gómez-Gutiérrez, 2011; Vasíleva, 1997) y que le tienen descontento, como son las crisis económicas, políticas y sociales a causa de las cuales los se han desatado campañas en las redes sociales para incitar a las personas a que no asistan a la celebración del aniversario de la independencia.

Este tipo de contenidos estuvieron muy presentes en el material analizado. Por otro lado, las imágenes macro también se burlan del bajo intelecto del presidente de México, y de la manera en que éste realiza actos ilícitos. Lo anterior coincide con lo mencionado por Macías (2008), en cuanto a que por medio de las fiestas populares, los pueblos se afirman como tales frente a un sistema opresor.

Por otro lado, si se toma como referencia la definición que esta autora da de la fiesta popular, en que afirma que ésta es “un complejo contexto donde tienen lugar una intensa interacción social, un conjunto de actividades y de rituales, una profusa transmisión de mensajes...y un desempeño de roles que no se ejerce en ningún otro momento de la vida comunitaria” (Macías, 2008, p. 2), es posible notar que muchos

de estos elementos están presentes también en los espacios virtuales.

Dentro de la comunidad analizada, donde existe una interacción social, y una transmisión de mensajes a través de los cuales se comunica a la comunidad de qué manera se llevan a cabo ciertos rituales dentro de la sociedad mexicana durante la celebración de esa fiesta popular. Esto se pudo ver en todas aquellas imágenes macro que hacían alusión al Zócalo capitalino, o bien a la comida, bebida o vestimenta típicas de México.

Así pues, con todo lo analizado y discutido en este artículo, es posible darse cuenta de que los rituales y elementos que conforman a la fiesta popular están migrando del medio físico al virtual, de tal manera que el primero ya no es la única opción para formar parte de un festejo, sino que es posible hacerlo a través de las nuevas herramientas ofrecidas por la web 2.0 mismas que, además, promueven la creatividad de los pueblos debido a que les da oportunidad de convertirse en prosumidores, es decir, productores del contenido que ellos mismos y sus iguales consumen.

Bibliografía

BLACKMORE, S. (2000). *La máquina de los memes*. Barcelona: Paidós.

BOYD, D. y ELLISON, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13, 210-230.

CHEN, C. (2012). The creation and meaning of internet memes in 4chan: Popular Internet culture in the age of online digital reproduction. *Habitus*, 3.

DANUNG, J. y HOLLOWAY-ATTAWAY, L. All your base are belong to us: An analysis of the cultural connotations of the internet meme. *Literature, culture and digital media*.

DAWKINS, R. (1993). *El gen egoísta: Las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona: Salvat.

DE BONO, E. (1994). *El pensamiento creativo: El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Barcelona: Paidós.

ECO, U., IVANOV, V. y RECTOR, M. (1989). ¡Carnaval!. México: Fondo de cultura económica.

FERRANTI, D., PERRY, G., FERREIRA, F. y WALTON, M. (2004). *Desigualdad en América Latina y el Caribe, ¿ruptura con la historia?*. Estados Unidos: El Banco Mundial.

GALLEGO, J. A. (2013). *Comunidades virtuales y redes sociales*. Holanda: Wolters Kluwer.

GARCÍA, D. (2014). Las imágenes macro y los memes de Internet: Posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación. *Paakat: Revista de tecnología y sociedad*, 6,4 disponible en: <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/217/317>

GÓMEZ, M. (2000). *Ciencias Humanas*. Recuperado el 3 de marzo de 2011 de *Ciencias*

Humanas: <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev20/gomez.htm>

GÓMEZ-GUTIÉRREZ, J. (2011). La reacción ante la muerte en la cultura del mexicano actual. *Investigación y saberes*, 1, 39-48.

HOMOBONO, J. (1990). Fiesta, tradición e identidad local. *Cuadernos de etnología y etnografía de Navarra*, 55, 43-58.

KNOBEL, M. y LANKSHEAR, C. (2007). *A new literacies sampler*. Nueva York: Peter Lang publishing.

LOMNITZ, C. (2006). *Idea de la muerte en México*. México: Fondo de cultura económica.

MACÍAS, C. (2014). La fiesta: preservación de la cultura popular en América Latina. *Sincronías*, 2.

PIZARRO, O. (2004). *La fiesta: La otra cara del patrimonio: Valoración de su impacto económico, cultura y social*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

ROIZ, M. (1982). Fiesta, comunicación y significado. En M. Velasco, *Ensayos antropológicos sobre las fiestas en España* (pp. 95-150). Madrid: Tres catorce diecisiete.

SÁNCHEZ, J. y CONTRERAS, P. (2012). De cara al consumidor: Producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. *Ícono* 14, 10, 62-84.

STRYKER, C. (2011). *Epic win for anonymous: How 4chan's army conquered the web*. Nueva York: The overlook press.

TURNER, V. (1969). *El proceso ritual*. Madrid: Taurus.

TURPO, O. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet, 42, 81-93.

VASÍLEVA, S. (1997). El mimetismo de la cultura mexicana, resultado de un diálogo.

En M. Zavala y R. Alvarado, *Voces en el umbral: M. Bajtín y el diálogo a través de las culturas* (pp. 385-389). México: UAM-X.

VELASCO, H. (1982). *Tiempo de fiesta: Ensayos antropológicos sobre las fiestas en España*. Madrid: Colección Alatar.