

Just for the lulz: Usos persuasivos del *shitposting* en la sociedad digital*

Miguel Palomo García
Universidad Complutense de Madrid
mipalomo@ucm.es

ISSN 1989-7022

Just for the Lulz: Persuasive Uses of *Shitposting* in Digital Society

RESUMEN: Este trabajo busca dilucidar las narrativas que permiten un uso persuasivo del *shitposting* y que indirectamente ocasionan problemas de índole ética y política a través de la radicalización ideológica. Diferenciamos el *shitposting* del meme, señalando su carácter disruptivo. Posteriormente mostramos ejemplos de *shitposting* que fomentan la violencia por parte de algunos individuos, entre los que destaca la matanza de Christchurch. Del mismo modo, se aclara el carácter emocional del *shitposting* y se señalan algunas incidencias de carácter filosófico, como es la creación de una otredad partiendo de la difusión de ideologías racistas y xenófobas y la dificultad de establecer criterios para verificar aquello que es verdadero o no.

PALABRAS CLAVE: Shitposting, sociedad digital, ética, desinformación, memes, retórica

ABSTRACT: This paper seeks to comprehend the narratives that allow a persuasive use of *shitposting* and that indirectly cause ethical and political problems through ideological radicalization. We differentiate *shitposting* from memes, pointing out its disruptive character. Subsequently, we show examples of *shitposting* that encourage violence by some individuals, among which the Christchurch massacre stands out. Likewise, the emotional nature of *shitposting* is clarified and some philosophical incidences are pointed out, such as the creation of an otherness based on the dissemination of racist and xenophobic ideologies and the difficulty of establishing criteria to verify what is true.

KEYWORDS: Shitposting, digital society, ethics, disinformation, memes, rhetoric

1. Introducción

Las herramientas presentes en la sociedad digital para difundir información han influenciado cualitativamente nuestra forma de comprensión y actuación en el mundo: no solamente nos informamos, realizamos compras y nos comunicamos a través de internet, sino que nuestro ser se convierte en un ser tecnológico y digital en tanto en cuanto nuestra forma de participación en el entorno digital es determinante para nuestra existencia. En este contexto, es necesario comprender las narrativas que imperan en la sociedad digital con la finalidad de hacer patente, dilucidar y prever sus derivas y ramificaciones. Una de las narrativas más determinantes es la ocasionada, al menos parcialmente, por el *shitposting*, un ejercicio de difusión de memes que tiene como finalidad desviar o impedir conversaciones en redes sociales, así como simplemente provocar o *trollear*. Investigadores como Urbina Blanco han añadido que el *shitposting* "parte de un género discursivo estructural de comunicación semiótica a partir del cual el "sinsentido" pasa a formar parte del símbolo y del mensaje a comunicar" (Urbina Blanco 2021).

Las características propias del *shitposting* están íntimamente ligadas con las que definen al meme. Por ejemplo, algunos autores han denominado a los memes "artefactos de cultura digital participativa" (Wiggins y Bowers 2015, 1891). Esta descripción detalla tres características: son artefactos, están íntimamente ligados a la cultura digital, y final-

Miguel Palomo García: "Just for the lulz: Usos persuasivos del *shitposting* en la sociedad digital" en Astrid Wagner & Sara Degli-Esposti (eds.): *Verdad, desinformación y verificación: retos epistémicos y morales*
IILEMATA, Revista Internacional de Éticas Aplicadas, nº 38, 225-233

* Este artículo se enmarca en el proyecto INConRES (PID2020-117219GB-I00), financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033; también está adscrito al proyecto Deduktion (ref. UCM-PR65/19-22446).



Received: 03/05/2022
Accepted: 27/05/2022

mente su característica participativa se deriva precisamente del relevante papel que poseen en la cultura digital, siendo creados y modificados continuamente por usuarios de internet. Como todo artefacto comunicativo, el meme emite información, pero lo relevante del caso del meme es cómo la información emitida va más allá de la transmisión de mera información o conocimiento, y pasa a tener un importante peso en la transmisión de ideas e ideologías:

“Current Internet memes have surpassed these simple nonverbal forms to incorporate complex images and messages that are not only focused around humor, but according to Limor Shifman, are also ‘multi-participant creative expressions through which cultural and political identities are communicated and negotiated’” (Aguilara et al. 2017, 1498).

Todas estas características podrían aplicársele al *shitposting*. La diferencia la encontramos, sin embargo, en que, si bien el uso humorístico del meme ha sido denominado como “píldoras de bienestar”, es decir, “estímulos cómicos que pretenden provocar la risa o, al menos, una sonrisa” (Ballesteros 2016, 23), el *shitposting* tiene predominantemente un carácter disruptivo. El *shitpost* busca interrumpir e impedir conversaciones *online* mediante afirmaciones incendiarias, normalmente sobre cuestiones políticas, sociales e ideológicas, aunque en otras ocasiones simplemente tratan de difundir información irrelevante o sin sentido. Sin embargo, cuando poseen un claro carácter ideológico, algo habitual, el *shitposting* transmite un enmascaramiento de la realidad (política, social o incluso ética), presentando una comprensión alternativa de los hechos a través de la broma o de la ironía. Además, es esencial aludir al sentimiento comunitario, pues gran parte del *shitposting* es difícil de comprender de no darse una pertenencia a una comunidad digital concreta, como foros de debate o tablones. Estos lugares, aunque surgen originalmente como oportunidades para el debate, se convierten en lugares de convivencia común entre sus usuarios, pues “[...] es posible considerar los foros en tanto documentos que no sólo cumplen un rol testimonial, sino que permiten pensar las prácticas culturales y el universo de ideas circulantes en un determinado momento histórico” (Busso 2013, 17).

2. Ideología y radicalización

La frontera entre el meme y el *shitposting* no siempre está del todo clara: *shitpostear* es un meme, y los memes son usados habitualmente como ejercicios de *shitposting*. Si bien hay que señalar que el meme ha tenido un rol contracultural con gran auge en los primeros años del siglo XXI (Metahaven 2014; Wiggins 2019), de lo cual encontramos ejemplos en fenómenos como el 15-M o Occupy Wall Street (movimientos contraculturales que se expanden principalmente mediante internet), este papel ha evolucionado en pocos años. El rol crítico de la cultura del meme hacia las instituciones oficiales, figuras políticas y entidades financieras ha derivado en una desconfianza en los fundamentos de las democracias contemporáneas, en la que se carece de confianza hacia todo tipo de información oficial, tal y como podemos comprobar, por ejemplo, en el contexto de aparición de la COVID-19 en Europa en 2020, en el que la proliferación de bulos han llegado a animar a los ciudadanos a no poner en práctica las medidas de prevención de contagio promovidas por entidades de prestigio global como la OMS. En este sentido, el rol contracultural ha devenido en un rol manipulador, que busca fomentar una ideología concreta o cimentarla entre los sujetos receptores, de forma similar

a las *fake news* (Subires Mancera 2017, 517). En ocasiones, de hecho, la frontera entre meme y *fake news* tampoco es evidente: muchas noticias falsas pueden convertirse en memes que se viralizan en las redes, y a su vez muchos memes poseen claras resonancias informativas (Ballesteros, 2016, 32).

Podemos comprobar la incidencia de este nuevo rol en aquellos lugares digitales que acogen grupos de individuos desencantados con la sociedad, como pueden ser los autodenominados *incels*, término que proviene del inglés *involuntary celibates* o célibes involuntarios, es decir, sujetos que no forman parte del tejido social del modo en el que cabrían esperar (con connotaciones no exclusivamente sexuales), y que se sienten aislados del resto (véase Ging 2019, 650). Estos lugares digitales aportan a comunidades desencantadas con la sociedad un sentido y sentimiento de pertenencia que no han conseguido en el mundo y en las relaciones sociales no digitales. De hecho, es de destacar que la cultura digital “ha trastocado las áreas del quehacer humano, estableciendo cambios comunicacionales, cognitivos y emocionales” (Arango Pinto 2015, 120), lo cual es particularmente predominante en algunos estratos o partes la sociedad, en especial entre las nuevas generaciones (Camas et al. 2018, 121).



Figura 1. Fuente: Facebook



Figura 2. Fuente: Facebook

A continuación, señalamos algunos ejemplos de *shitposting* hallados en diversas comunidades digitales. El primer ejemplo [Figura 1] es encontrado en pleno auge de la COVID-19 en España, durante los primeros meses de 2020. En ella se señala una serie de información errónea sobre los supuestos efectos nocivos del uso de mascarillas sanitarias a nivel tanto fisiológico como psicológico. La figura 2, en el contexto de la segunda ola del movimiento *Black*

Lives Matter a mediados de 2020 tras el fallecimiento de George Floyd, encontramos una imagen del fallecido junto con un texto añadido del que debemos destacar que, tras enumerar una serie de delitos, indica que, en el momento de morir, “estaba colocado de meta [metanfetamina], preparándose para conducir un coche y posiblemente matar a tu hijo”, en lo que parece indicar una justificación del asesinato de dicho individuo. La figura 3, por su parte, difundida en el mismo contexto temporal anterior, muestra a un sujeto cuya única preocupación es hacer una barbacoa, en lo que se puede interpretar como una muestra de hartazgo ante la convulsión política. Por último, en la figura 4, quizá el ejemplo más claro de *shitposting*, observamos unas viñetas en las que un afroamericano vuelve atrás en el tiempo para asesinar a una serie de sujetos blancos que esclavizan a personas de color, para después volver al momento original y comprobar que al haber asesinado a dichas personas ha vuelto a un futuro apocalíptico en el que han dejado de existir una serie de ítems habitualmente utilizados con motivos raciales.



Figura 3. Fuente: Twitter



Figura 4. Fuente: Chimipout.org / Forocoches.com

Podemos comprobar, por tanto, la naturaleza política e incluso xenófoba de estos memes, parte del *shitposting* habitual, en tanto que se utilizan subreptivamente para conseguir que los sujetos presentes en diversos lugares digitales acojan una serie de ideas concretas. Es decir, el meme en su deriva ideológica, especialmente en el *shitposting*, podría decirse que se ha convertido en una evolución del *astroturfing* (el ejercicio de sembrar ideas artificiales entre ciertas comunidades o sujetos receptores, es decir, ideas o ideologías que no han adquirido de un modo natural, pero que pueden ser sembradas artificialmente). Esto ha sido puesto en práctica por actores sociales como empresas, partidos políticos o fundaciones, así como individuos que buscan injertar ideas, ideologías o doctrinas en otros, principalmente a través de las redes sociales. A ello hay que añadir, además, que el *engagement* entre los usuarios de ciertas redes o comunidades hace que el sujeto receptor se convierta, con un alto grado de probabilidad, en sujeto difusor de estas ideas, creando una especie de efecto mariposa en la difusión ideológica contenida en el *shitposting*. Es habitual, por tanto, que en estas comunidades se radicalicen unos a otros en una especie de intercambio multilateral de ítems meméticos.

“Ya en función del feedback entre estos colectivos surgirán debates, alianzas y polarizaciones que contribuirán a la definición de identidades colectivas en la red, generándose en consecuencia memes con un mensaje más directo, orientado a públicos más concretos o con finalidades más explícitamente ideológicas” (Martínez-Pais 2018, 191).

Hay varios aspectos que ayudan a comprender este fenómeno. (1) El primero es la viralidad. Los memes, por naturaleza, tienden a ser compartidos en masa y a ser difundidos por una gran cantidad de individuos en poco tiempo. (2) El meme consigue presentar un titular corto e impactante, junto con una imagen que puede estar relacionada con dicho titular, contextualizándolo, o simplemente ser utilizada como medio para darle mayor fuerza al mensaje. El titular de un meme, por naturaleza, impide que se profundice en el mensaje transmitido. Esto, a su vez, permite la proliferación de mensajes con contenido falso, lo cual, unido al anonimato, elimina la responsabilidad del creador del meme. Por tanto, no hay un desarrollo de la temática presentada en el meme, sino tan sólo un titular impactante y una imagen que otorga fuerza al mensaje. Por último, (3) la gratuidad que presentan los memes, difundidos y compartidos prácticamente en todos lugares de internet y (4), la inmediatez, al ser compartidos fácilmente en foros y redes sociales. (3) y (4) contrastan con los medios tradicionales para transmitir información, que necesitan de una serie de filtros para presentarla, y siempre poseen autores claros que actúan como responsables en caso de que se pruebe la no veracidad de la información compartida.

3. *Subscribe to Pewdiepie*

El auge del *shitposting* proviene de una cuestión de índole emocional: en gran parte de los sujetos participantes de estos lugares de internet se atisba un desencanto del “estado de las cosas”, tanto en lo personal (hemos nombrado, por ejemplo, el caso de los *incels*) como en lo social (pues muchos afirman que sus desgracias provienen de efectos sociales como la llegada de extranjeros a sus países o del auge de los movimientos feministas). Este desencanto provoca una rabia, desilusión y depresión existencial que es canalizada a través del *shitposting*. Ello provoca una tensión social que ha devenido en una radicalización clara por parte de muchos de estos participantes de la cultura digital (véase Crimando 2019).

En casos aislados, algunos de estos sujetos han defendido que su ideología debía pasar de la teoría a la acción. Una vez que dichas ideologías son difundidas, se juega con la idea de quién será la persona que pase de la palabra a la violencia física, especialmente en casos de terrorismo estocástico promovido por estas espirales ideológicas (Nasser 2018, 110). El terrorismo islámico, por ejemplo, utiliza habitualmente el *shitposting* con la esperanza de que posteriormente individuos o grupos de individuos cometan actos violentos, a menudo con resultados catastróficos, como la matanza de Niza (Valderrama y Hernández 2016) o la matanza en un mercado navideño berlinés (Doncel 2016). Pero también ha existido un auge de terrorismo estocástico nacido en las redes, como por ejemplo la matanza en un centro comercial en El Paso, Texas (Romero y Bogel-Burroughs 2019), o la matanza de Christchurch en Nueva Zelanda (Martin y Ainge Roy 2019). Este último caso es un claro ejemplo de *shitposting*:

El atacante publicó el manifiesto [titulado “El gran reemplazo”], junto con un enlace a la inminente transmisión en directo del ataque, en 8chan, uno de los principales lugares online de los extremistas de de-

recha amantes de los memes. En el post, escribió que era “hora de dejar de hacer *shitposting* y de hacer un esfuerzo en la vida real”, lo que significa, esencialmente, que era hora de dejar de hacer tonterías en Internet y convertir sus puntos de vista extremistas en acción en el mundo real. (Coaston 2019)

Por último, antes de arremeter contra los asesinados, el atacante gritó “Subscribe to Pewdiepie”, un meme muy extendido en el momento que hacía referencia al intento de un famoso *youtuber* por mantenerse como el canal con mayor número de suscriptores, por encima de otro de origen indio. Para muchos de los individuos que participaban en la misma comunidad que el atacante, este acto no tenía mayor importancia, pues se realizaba *just for the lulz*, lo que podría traducirse como, “sólo x las risas”, frase habitualmente ligada al *shitposting*.

Resulta evidente que esta serie de fenómenos que parten de la tecnología digital y de su funcionamiento ocasionan una serie de importantes incidencias sobre la sociedad. Las más evidentes son aquellas que poseen connotaciones políticas, sociales y económicas. Sin embargo, es necesario señalar que estos fenómenos conllevan también importantes incidencias filosóficas. Por ejemplo: la defensa y fomento de ideologías raciales a través del *shitposting*, así como la excusa de que se trata de bromas y por tanto no tiene mayor importancia, incluye una clara visión antropológica sobre el ser humano, es decir, sobre la construcción persuasiva de una otredad: “hoy, las categorías que intentan dar cuenta de los procesos de racismo pueden ser transpuestas, instrumentalizadas o reificadas como mecanismos de la construcción de la otredad (y su reproducción) en su forma ideológica” (Alonso Brá 2011, 110). Por “otredad” entendemos, no su definición según el derecho, según la cual estaría definida por el origen extranjero de otras personas con respecto a uno mismo, sino más bien la separación cultural e ideológica que se le otorga a personas que, aun sin ser extranjeros, poseen ideales diferentes.

Por otro lado, es patente, si seguimos los ejemplos que hemos propuesto en apartados anteriores, que existe una incidencia ética sobre la sociedad causada por estos fenómenos. Esta incidencia se muestra en tanto en cuanto los sujetos radicalizados, primeramente, presentan una modificación de su visión sobre el estado de las cosas en la realidad en la que viven, de su pensamiento, de sus ideales y actitudes ante la vida; pero, además, esta incidencia se muestra mucho más claramente cuando esa teoría que han acogido, que defienden y que ha modificado su visión sobre la vida, pasa a la acción violenta mediante actos de terrorismo individual o estocástico. Existen varias dificultades a la hora de otorgar un número concreto de personas que abrazan estos ideales y que posteriormente realizan actos de terrorismo. La primera es la falta de literatura académica sobre el tema, tal y como señala específicamente Hofmann et al. (2020), lo cual se sigue mostrando en investigaciones recientes que también adolecen de números específicos (Thorleifsson 2022; Daly y Reed 2022); la segunda es que, debido a la naturaleza del problema, si bien se pueden llegar a conocer casos de violencia terrorista, es extremadamente difícil conocer el número de personas que son radicalizadas ideológicamente pero sin dar ese paso hacia la violencia física, por lo que hasta ahora la literatura académica no ha podido otorgar datos empíricos en este sentido sobre el terrorismo individual o estocástico.

También es necesario destacar de qué modo la cosmovisión de los sujetos radicalizados en internet es modificada en base a su presencia e interacción en las redes y en esas comunidades digitales de las que forman parte. El *shitposting* tiene naturaleza persuasiva, y como señala Ariso (2021), la persuasión no se puede llevar a cabo inintencionadamente, y siempre incluye

la transmisión de una cosmovisión. Todo ello ha sido facilitado, además, por el estado de la política, que fue el primer actor social que dio un paso en firme para modificar aquello que se consideraba como socialmente aceptable. Encontramos ejemplo de ello en la propaganda de la llamada *alt-right* o derecha alternativa en EEUU: lo comprobamos en casos como el *pizzagate* (Tuters et al. 2018). En definitiva, el *shitposting* puede dar forma al discurso político actual (en cualquiera de sus vertientes, no solamente en su versión radicalizada), modificando intencionadamente la cosmovisión de los sujetos receptores:

“Más allá de su aparente trivialidad (que se da), los memes están contribuyendo a articular el discurso público en la actualidad, y sirven para conformar y reflejar estados de opinión, [...] no sólo en una dimensión meramente lúdica [...] sino también, y de manera especial, en el ámbito ideológico: los memes contribuyen a la discusión política pública. El auge y la popularidad de movimientos recientes como el llamado 15M, o el de Occupy Wall Street en EE.UU., o del partido político Podemos, se explican en parte por la creación y difusión de memes a través de Internet con una deliberada intención propagandística —sin que implique connotaciones necesariamente peyorativas— y una eficaz dimensión retórica” (Ruiz Martínez 2018, 996).

Por último, esta problemática posee una incidencia epistemológica sobre la forma de verificar los hechos que acaecen, algo que se deriva del punto anterior, y que nos lleva a lo que se ha denominado confusión epistemológica: los criterios de verificación de los hechos se ven modificados hasta tal punto que el usuario receptor puede catalogar noticias susceptibles de ser verdaderas (es decir, confirmadas por fuentes de autoridad) como noticias falsas y viceversa, ocasionando un fortalecimiento de la campana de desinformación en la que se encuentra como fruto de su participación en las redes sociales y comunidades digitales (ver Palomo 2021).

El estado de la cuestión no parece invitar al optimismo, principalmente debido a la rapidez con la que la información se transmite a través de las redes y de las comunidades digitales: en cuestión de segundos, un generador de contenido puede crear un ítem informativo de alto calado ideológico con la finalidad de difundirlo entre una o varias comunidades digitales. El alto poder sugestivo del *shitposting* facilita que sea rápidamente difundido por parte de aquellos sujetos receptores originales, convirtiendo esta difusión primigenia en viral.

4. Conclusiones

El *shitposting*, cuya difusión es facilitada por el funcionamiento de las redes sociales y otras herramientas digitales, que permiten que sus usuarios puedan caer en espirales ideológicas o de pensamiento único, y su presencia en espacios comunitarios de internet (como foros o tableros), ha fomentado la radicalización ideológica. Mediante la generación y difusión de memes, diferentes actores han utilizado estas redes sociales y comunidades digitales para realizar ejercicios de *astroturfing*, con la idea de que los sujetos viren hacia espacios concretos del espectro político e ideológico. Esta radicalización deriva en lo que se ha denominado “terrorismo estocástico”, un tipo de terrorismo que, alentado ideológicamente por estas comunidades y por los sujetos generadores de ítems informativos con alta carga ideológica (como pueden ser memes o noticias falsas), ocasiona que individuos caracterizados como “lobos solitarios” ejerzan actos de violencia extrema.

Por todo ello, el *shitposting* difundido con la intención de modificar la ideología y cosmovisión de los sujetos receptores conlleva una serie de retos para el futuro cuya dilucidación es una tarea filosófica. Primeramente, la difusión de ideologías racistas y xenófobas mediante el *shitposting* apunta a la creación de una otredad; segundo, en cuanto a aspectos éticos, muchos de estos sujetos pasan de la teoría política e ideológica a la acción violenta contra grupos concretos de personas; tercero, en cuanto a la interpretación de los hechos tanto pasados como futuros, se alteran los criterios que utilizan estos sujetos para verificar aquello que es verdadero o no, hasta tal punto que prima mayormente la información perteneciente a su campana de pensamiento único que criterios objetivos de verificación de informaciones y hechos. Por último, es necesario señalar que el estado de la cuestión no invita al optimismo: la facilidad y rapidez mediante la cual se puede generar y difundir con éxito el *shitposting* impide una regulación sencilla. Es por ello que, en nuestra opinión, solamente una formación adecuada en pensamiento crítico puede impedir que estas prácticas fructifiquen y manipulen a los ciudadanos en el entorno digital.

Bibliografía

- Aguilara, Gabrielle K., Campbella, Heidi A., Stanley, Mariah, y Taylor, E. (2017). "Communicating mixed messages about religion through internet memes". *Information, communication & society*, vol. 20, no. 10, pp. 1498-1520.
- Alonso Brá, María Inés (2011). "Ideología, racismo y discursos teóricos". *Hologramatica*, año VII, no. 15, vol. 3, pp. 99-122.
- Arango Pinto, Luis Gabriel (2015). "Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica". *Comunicação, Mídia e Consumo*, vol. 12, no. 33, pp. 110-132.
- Ariso, José María (2021). "The teacher as persuader: On the application of Wittgenstein's notion of 'persuasion' in educational practice", *Educational Philosophy and Theory*, <https://doi.org/10.1080/00131857.2021.1930529>
- Ballesteros, Esmeralda (2016). "Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género". *Empiria, Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, vol. 35, septiembre-diciembre 2016, pp. 21-45.
- Busso, Mariana Patricia (2013). "Foros online o cómo dar cuenta de la identidad conectada". *Letra, Imagen, Sonido, L.I.S. Ciudad mediatizada*, Año IV, no. 10, segundo semestre, pp. 15-28.
- Camas, Laura, Valero, Aída, y Vendrell, Mireia (2018). "Hackeando memes: Cultura democrática, redes sociales y educación". *Espiral, Cuadernos del Profesorado*, vol. 11, no. 23, pp. 120-129.
- Coaston, Jane (18-marzo-2019). "The New Zealand shooter's manifesto shows how white nationalist rhetoric spreads". *Vox*. <https://www.vox.com/identities/2019/3/15/18267163/new-zealand-shooting-christchurch-white-nationalism-racism-language> (última consulta: 03.05.2022)
- Crimando, Steven. (2019). "Alone together and angry: An incel revolution". *Security Management*, vol. 63, no. 3, p. 32.
- Doncel, Luis (12-20-2016). "Un hombre mata a 12 personas con un camión en Berlín y reaviva el miedo al terrorismo en Europa". *El País*. https://elpais.com/internacional/2016/12/19/actualidad/1482176155_449814.html (última consulta: 03.05.2022)
- Ging, Debbie (2019). "Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere". *Men and Masculinities*, vol. 22, 4, pp. 638-657.
- Hoffman, Bruce, Ware, Jacob y Shapiro, Ezra (2020). "Assessing the Threat of Incel Violence", *Studies in Conflict & Terrorism*, vol. 43, 7. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1751459>

- Nasser, Ait Farouk (2018). *Fundamentalismo y radicalización islámica en internet* (tesis doctoral). Madrid, UNED.
- Metahaven (2014). *Can Jokes Bring Down Governments?: Memes, Design and Politics*. Moscú, Strelka Press.
- Martin, Lisa, y Ainge Roy, Eleanor (03-15-2019). "49 shot dead in attack on two Christchurch mosques". *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2019/mar/15/multiple-fatalities-gunman-christchurch-mosque-shooting> (última consulta: 03.05.2022)
- Martínez-Pais Maesso, Santiago (2018). "Reproducción de pensamiento y cosmovisiones en la web 2.0: el caso del meme en Andalucía", en *Aportación interdisciplinaria a los retos de la comunicación y la cultura en el siglo XXI*. Sevilla, Egregius, pp. 181-204.
- Palomo, Miguel (2021). "How disinformation kills: philosophical challenges in the post-Covid society". *HPLS* 43, 51. <https://doi.org/10.1007/s40656-021-00408-4>
- Romero, Simon, y Bogel-Burroughs, Nicholas (08-04-2019). "El Paso Shooting: Massacre That Killed 20 Being Investigated as Domestic Terrorism". *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2019/08/04/us/el-paso-shooting-updates.html> (última consulta: 03.05.2022)
- Ruiz Martínez, José Manuel (2018). "Una aproximación retórica a los memes de internet". *Revista Signa*, vol. 27, pp. 995-1021.
- Subires Mancera, María Purificación (2017). "La lucha contra las noticias falsas en Internet", en *IX Congreso Internacional de Ciberperiodismo: Innovación y emprendimiento al servicio de las audiencias*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, pp. 512-526.
- Thorleifsson, Cathrine (2022). "From cyberfascism to terrorism: On 4chan/pol/ culture and the transnational production of memetic violence", *Nations and Nationalism*, vol. 28, 1, 286– 301. <https://doi.org/10.1111/nana.12780>
- Tuters, M., Jokubauskaitė, E., y Bach, D. (2018). "Post-Truth Protest: How 4chan Cooked Up the Pizzagate Bullshit". *M/C Journal*, 21(3). <https://doi.org/10.5204/mcj.1422>
- Urbina Blanco, Samuel Alejandro (2021). "Shitposting and Memeculture: An Aesthetic Politics of Techno-Coloniality?". *SSRN*, mayo 2021. <https://ssrn.com/abstract=3839267>
- Valderrama, María D., Hernández, María (07-15-2016). "Atentado en Niza: al menos 84 muertos y 50 heridos críticos en un ataque terrorista con un camión". *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/internacional/2016/07/14/57880490e2704ebe158b4641.html> (última consulta: 03.05.2022)
- Wiggins, Bradley E. (2019). *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. Londres, Routledge.
- Wiggins, Bradley E., y Bowers, G. Bret (2015). "Memes as genre: A structural analysis of the memescape". *New Media & Society*, vol. 17, n. 11, pp. 1886-1906.