RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes

Universidad
Nacional
de Quilmes

Ibañez, María Florencia

Memes 2.0, una nueva forma de comunicación

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:
Ibañez, M. F. (2019). Memes 2.0, una nueva forma de comunicación. Sociales y virtuales, (6). Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3747

Puede encontrar éste y otros documentos en: https://ridaa.unq.edu.ar

Universidad
Nacional
de Quilmes

Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

Memes 2.0, una nueva forma de comunicación

socialesyvirtuales.web.unq.edu.ar/archivo-4/syv-no6/articulos/memes-2-0-una-nueva-forma-de-comunicacion/

por Florencia Ibañez

Resumen

Este trabajo versa sobre los orígenes del meme y su adecuación en Internet en tanto creadora de una nueva forma de comunicación. La actitud memética da cuenta de la creación, apropiación y reinterpretación de ciertos códigos que circulan libremente por la red, propiciada por la conectividad de plataformas. La cotidianeidad se ve invadida por imágenes autoconscientes de su existencia como copia, evidenciando la aprehensión de códigos para su uso. La repetición se encuentra sustentada en el sentido de pertenencia y la interpelación de situaciones que dan lugar al uso más reflexivo de los memes. Es así como las imágenes macro ascienden como medio de crítica social inmediata y ligera, valiéndose de la visualidad para un impacto que la posicione como plausible de ser compartida e imitada. Como un virus, hallan en Internet el medio propicio para instalarse y, así como los genes, extenderse hasta los más recónditos parajes.

Palabras clave: meme, genes, Internet, comunicación, imitación, crítica.

Un nuevo virus

Un virus desfila por la población. Sin embargo, las personas no parecen padecerlo, sino más bien son ellos quien impulsan el contagio. Internet se convierte en el receptáculo de este fenómeno y los usuarios los portadores. El agente es responsable de una enfermedad sin víctimas, cuyo fin es la repetición perpetua.

Desde que el germen se instaló hace más de veinte años, se produjo una diseminación sin precedentes por aquel medio, sin un certificado de defunción aparente. Mike Godwin fue el primero en relacionar la palabra meme con Internet. Quizás sin saberlo, estaría dando nombre a una forma de lenguaje propia de la World Wide Web que iría creciendo hasta la actualidad.

Los memes de Internet se emplazaron de tal forma en la cotidianeidad de las personas, que su relación con otros se ve signada constantemente por la reproducción de estos. En Internet, el contenido busca ser compartido, apropiado y hasta reinterpretado. La visualidad de las imágenes y la facilidad para compartirlas y producirlas dota a los memes de interés de quienes pululan por la red. La comunicación se remata con el uso de los memes, que completan la información textual.

En la web, todo es sensible a convertirse en una imagen. Las herramientas intuitivas que se ponen a disposición de un usuario sin un conocimiento profundo de softwares de diseño democratizan la manera de crear contenido. Además, para producirlos es necesaria la aprehensión de cierto código en tanto la significación de cada meme ya se encuentra predefinido. Es una producción más bien anónima, donde no importa el paciente cero del virus. Lo que importa es compartir y diseminar el meme. Es el impulso memético por excelencia en la era digital.

Genes y memes: antiguos y nuevos replicadores

La evolución del hombre estuvo circunscripta durante un largo período a la idea de su genética. Su posibilidad de adaptación y mejoramiento de su condición por sobre las otras especies lo colocó en una posición de poder que pronto dio cuenta de su progreso. Sin embargo, los genes no parecen ser las únicas entidades replicadoras.

Puesto que "la transmisión cultural es análoga a la transmisión genética, en cuanto, a pesar de ser básicamente conservadora, puede dar origen a una forma de evolución" (Dawkins, 1993, p.215) se evidencia como necesaria una nueva unidad de reproducción más allá de los genes, análoga al gen. A partir de la palabra griega "mimeme", el autor concluye en la abreviación meme, más cercana a la palabra francesa. Meme se refiere a la imitación, a la unidad mínima de transmisión cultural, constituyéndose como nuevo replicador. La evolución y reproducción, así, no se subsume únicamente a la idea de gen. El meme se propaga de un cerebro a otro así como el gen lo hace mediante los espermatozoides o los óvulos. Para Dawkins, "cuando plantas un meme fértil en mi mente, literalmente parasitas mi cerebro, convirtiéndolo en un vehículo de propagación del meme, de la misma forma que un virus puede parasitar el mecanismo genético de una célula anfitriona" (1993, pp. 218-219).

Joaquín García Carrasco y Ángel García del Dujo (2001) explicitan que, así como con los genes, existe una selección que triunfa por sobre el otro.

> Los memes y sus conglomerados compiten entre sí y con otros conglomerados procedentes de otras culturas, favoreciendo la selección cultural los memes mejor coadaptados dentro del médium cultural. A favor de la supervivencia del meme, juegan los mecanismos de transmisión cultural; en su innovación interviene el poder inventivo y creativo de la mente humana y en la transformación de los memes participa, junto a otros, el rasgo único de la mente humana que denominamos previsión consciente, la anticipación de las consecuencias (p.377).

Susan Blackmore retoma la hipótesis de Dawkins y la lleva aún más allá estableciendo que lo que distingue al hombre de otras especies es la habilidad de imitación. Entonces, la evolución genética y la evolución memética se desarrollan en paralelo, basadas en un atributo "egoísta", ya que la autorreplicación actúa por si sola. Para Blackmore "todo lo que se transmite de una persona a otra (…) es un meme. Ello incluye el vocabulario que utilizamos, las historias que conocemos, las habilidades que hemos adquirido gracias a

otros y los juegos que preferimos" (2000a, p.34). Susceptibles a la transmisión, y cuando están siendo imitados, los memes también evolucionan. Como el ADN, son formas de información.

Siguiendo la línea de pensamiento de la autora, todo lo que se imita en Internet es un meme. Justamente, uno de los ejemplos proporcionados en su obra —evidentemente más actuales que el Gen Egoista de Dawkins— es el de los "memes virales" que se esparcen vía correo electrónico (2000b). Mediante un instructivo acerca del modo en que estos correos deben ser copiados, se propicia una actitud memética a pesar de una falsa promesa impuesta en el escrito. Poco importa ya si Hotmail va a borrar la cuenta si no se comparte o si un allegado va a perecer ante la negativa de enviar el correo a veinte personas. El HOAX (falsas alarmas en cadena) ha dado inicio al meme que emprende su circulación por la red. El virus comienza a esparcirse.

Los memes en internet: otro modo de comunicarse

El origen de los memes aún se encuentra difuso. No obstante, se intuye que el meme en Internet como concepto fue introducido con la Ley de Godwin. Esta fue denominada por su creador como el meme de la comparación nazi, la cual explicaba que cuando una discusión en un grupo de noticias de Usenet comenzaba a caldearse, crecía la probabilidad de que uno de los participantes introdujera alguna analogía que hiciera referencia a Hitler o a los nazis en sí. De esta forma, según explica Godwin (1994), cuando se mencionaba algo concerniente a la censura, alguien se remitía a la quema de libros llevada a cabo por los nazis. De igual manera, cuando se debatía sobre el control de armas, se hacía mención a la prohibición de portación de armas dictada por Hitler. La precisión en esa analogía en torno a la trivialización de la actitud memética llevó a que la gente misma la reprodujera y la convirtiera en un gran meme por sí mismo. La Ley de Godwin se presentaba como fundamentación para dar por finalizado el debate.

No resulta extraño que la actitud memética se haya trasladado a las imágenes en tanto asistimos a una época de intento —y fracaso— de saturación visual, como lo afirma Nicolás Mizroeff (2003). En la actualidad, Internet se funda como el medio propicio para la reproducción de memes por antonomasia. Asimismo, estos ya son llamados abiertamente memes, compartiendo un significado en común que el usuario debe poseer para poder pertenecer a ciertos círculos donde su creación es más frecuente. El éxito del meme pululante en la web, según Shifman y Thelwall (2009) se debe a tres razones, tomando conceptos propuestos por Dawkins:

> La transmisión del meme online tiene una mayor fidelidad de copia (i.e., precisión) que la comunicación por otros medios, en cuanto la digitalización permite la transferencia de información sin pérdidas. Fecundidad (el número de copias hechas en una unidad de tiempo) es enormemente aumentada también, siendo que las computadoras pueden producir rápidamente miles de copias de mensajes. Longevidad puede también puede aumentar potencialmente, ya que la información puede ser almacenada indefinidamente en archivos (traducción propia, p.2568).

Así es como el meme puede traspasar limites globales, transmitiéndose a los parajes más recónditos donde se posea conexión a Internet.

Tal como establece Alberich (2005): “Las fronteras entre texto e imagen, entre lenguaje verbal y visual se desdibujan” (p.211). Las normas internas que se manejan en la red dan lugar a otro tipo de lenguaje. Esto apoya lo explicitado por Ignacio Gómez García (2013), quien sostiene que los memes se constituyen como una nueva forma de comunicación, de dispositivos culturales con significados y funciones determinadas. Para que esta pueda existir debe contarse con un sistema de significación compartido, que dote de sentido a los códigos (Pérez y Aguilar, 2014, p.80).

El meme de la web es un fragmento de cultura (Davison, 2012) que remite normalmente al chiste. Es un modo de reacción en la web, el cual da cuenta de algún acontecimiento social, interés a ser replicado, o sustitución del texto para pasar a la visualidad en acompañamiento con alguna emoción. Las características comunes que poseen por lo general son: el humor, la intextualidad y la yuxtaposición, normalmente de imágenes (Knobel y Lankshear, 2007, p.209). Existen cuantiosos memes cibernético en soportes disimiles: emoticones, imágenes macro, *rages* memes, *lolcats*, entre otros.

Los *rage comics*: la imitación de las emociones

Dieciocho años después del Dancing Baby —uno de los primeros memes cibernéticos en formato gif—, la comunidad de Internet 4chan[1] comenzó a producir conscientemente una serie de viñetas que desataron la creatividad de los participantes del foro. Su simpleza, que rememora a los garabatos infantiles, permite a su vez una fácil decodificación de su significado a modo de reproducción y reformulación.

Figura 1. *Rage comics, memes que individualmente son usados por los internautas. Recuperada de https://knowyourmeme.com/photos/183379-rage-comics*

La imposibilidad del lenguaje no verbal en la red da lugar a la búsqueda de alternativas para el acompañamiento del texto, que den cuenta de emociones. Así como los emoticones, los *rage comics* vienen a suplir aquel impedimento, significando “emociones universales” (Ma, 2016, p.18) o situaciones comunes. La simpleza de los personajes los subsume a una despersonalización que dirige la mirada a la emoción o a la situación normalmente humorística. Es la exacerbación del gesto por sobre la identidad.

La producción de los *rage comics*, como la mayoría de los memes cibernéticos, no depende de un autor. El anonimato es el resultado de la imitación, donde la imagen recorre continentes enteros.

En los casos en los que los *rage comics* presentan facciones más humanas, se puede intuir que existe una fuente real —normalmente, una celebridad—. De cualquier forma, lo que sí permanece son atisbos de los rasgos de la fotografía original de algunas de estas imágenes, aunque el meme funciona como una entidad ajena a aquella. La vectorización de la fotografía dificulta la vinculación con la celebridad o personaje. Más que una supresión de la fuente original, se asiste a un ascenso de la imagen simplificada por sobre la original, cuyo sentido radica en su posterior uso en una situación cómica o satírica —normalmente en una viñeta—.

Figura 2. Yao Ming. Creado en Reddit. Recuperada de https://www.publimetro.cl/cl/anadieleimporta/2014/05/26/fotos-memes-tambien-envejecen.html

Justamente esta función del meme en una viñeta entabló el debate respecto a su semblanza con la caricatura. Sin embargo, su diferencia radica, más que nada, en el anonimato de quien produce el meme inicial. El meme digital no concentra la crítica en su trazo, sino que sirve a modo de plantilla para expresar una situación. En tanto imitación de la imagen, su originalidad al producirla se posiciona en la manera de

articular la situación y, sobre todo, en el texto. Se prescinde de una exacerbación de la fisonomía de la figura conocida, así como de la significación desde la visualidad. Se puede pensar, entonces, que se encuentra más cercano al grafiti y al esténcil que a la caricatura.

Kilroy was here: meme tradicional vs. meme digital

Uno de los memes modernos más conocidos fue el de "*Kilroy was here*" debido a la actitud memética con la que fue recibida este grafiti.

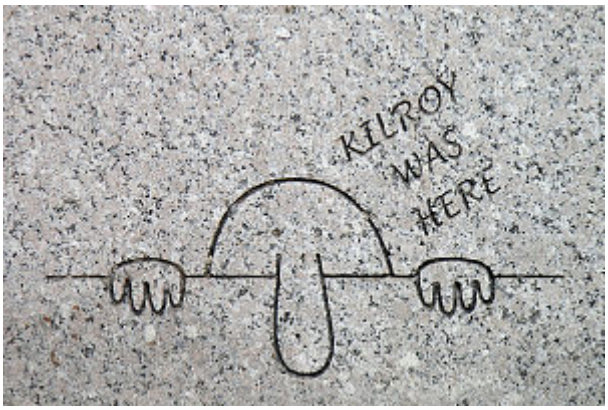

Figura 3. Kilroy was here. Recuperada de hhttps://americacomesalive.com/2014/11/10/kilroy-story-world-war-ii/

Joakim Danung y Lissa Holloway-Attaway (2008) explican que la teoría de los orígenes del dibujo se remonta a la Segunda Guerra Mundial. Jim Kilroy era un supervisor de astilleros americanos que usaba la frase "*Kilroy was here*" para marcar los remaches que ya habían sido inspeccionados. El dibujo, proveniente de otro meme británico, fue agregado posteriormente. Se evidencia así un "*memeplex*", esto es un meme constituido por la combinación de otros. Parafraseando a los autores, la conjunción de ambas repeticiones acrecentó la probabilidad de ser replicado.

Los trazos simples de la imagen, el texto lacónico y su capacidad para replicarse lo posicionan como un posible antecedente de los memes y, más específicamente, de los *rages comics*. Empero, siguiendo la línea de lo explicitado por los autores, la diferencia entre "*Kilroy was here*" y los memes digitales reside en la inevitable mutación por circular por un medio tradicional. Danung y Holloway-Attaway afirman que:

> La capacidad del cuerpo humano y de la complejidad de la mente humana no pueden y no van a asemejarse al de una cámara fotográfica o al de una computadora (…). Con las formas impredecibles de la mente, cualquier meme está ligado a la mutación, y con la imperfecta capacidad de los humanos, comparado a los memes artificiales, el aspecto de la mutación siempre se encuentra mejorada en la dimensión física (p.11, traducción propia).

En los medios tradicionales, el meme que perdura es la versión mejorada del original. Su mutabilidad solo deja de ser tan radicalmente evidente en el momento en que se consigue un contenido superior, que puede ya ser imitado en aquel estado.

De cualquier manera, la diferencia más evidente se sustenta en la inmediatez del meme digital, en tanto la replicación de la palabra y el dibujo se da en un período irreductiblemente más extenso de tiempo. Internet permite la propagación de la imitación casi instantáneamente. Cuando la semilla es plantada en la población, el virus empieza a transmitirse entre las mentes y las computadoras. Además, la multiplicidad de medios que presenta la red permite la efectividad de la transmisión, en cuanto puede viajar por la multiplicidad de redes sociales. Además, existen plataformas creadas casi exclusivamente para la participación activa que insta a la intervención de los memes adoptados por la comunidad como, por ejemplo, 9gag y la anteriormente mencionada 4chan. El hecho de que existan estas aldeas cibernéticas donde habitan imágenes con una significación compartida da cuenta de un sentido de pertenencia. Y es que, justamente, el anonimato confiere la posibilidad de unirse al impulso memético, de reinterpretarlo y hasta de crear uno nuevo (Quinn, 2008). Es el mismo anonimato que consume a los usuarios de la web y de los foros, permitiendo crear una identidad disímil a la que se ubica fuera de la pantalla. Empero, en los últimos años, los memes se están convirtiendo en una forma eficaz de reaccionar ante un acontecimiento social. El meme cibernético, así, excede la mera repetición y la necesidad de pertenencia y se convierte en un medio de canalizar una crítica social sencilla e inmediata.

Supervivencia y transmisión del meme

Carlos Scolari (2011), a propósito de Gleick, afirma que “vivimos en la era de la viralidad” (párr. 10). Todo aquello susceptible de ser compartido despierta un interés en los cibernautas, quienes se encargan de desperdigar el contenido en las distintas plataformas. Sin embargo, no se vislumbra una “fórmula” que aumente exponencialmente su capacidad de ser compartida. En una “cultura de la participación” (Jenkins, 2008) lo “*spreadable*” asciende por sobre lo “*sticky*”. El contenido untable (Jenkins, 2009) al que hace referencia Jenkins es aquel que aprovecha la conectividad propia de las redes sociales para hacer circular contenido “*easy-to-share*”. El contenido, como las ideas, sobreviven por sobre otros y son adaptados a sus necesidades y circunstancias. Son, ante todo, una elección de la cultura pop.

La prevalencia de los memes en otros medios que dedican su espacio a ellos, da cuenta de su poderío como actitud memética. Tal como sugiere Shifman (2013) los memes de Internet no son ideas aisladas, sino que su existencia depende del conocimiento de estos como un grupo con características en común. Es así como en los diarios pueden verse un conjunto de imágenes macro cuyo objetivo ya no es únicamente el de mero esparcimiento y el compartir una imagen hilarante. El descontento social puede plasmarse en estas imitaciones, que, a pesar de mantener códigos compartidos con otros, encierran en sí una reacción que es encauzada por medio de los memes.

Es esperable que ante un evento de gran trascendencia la red sea invadida por estas imágenes para hacer referencia a su opinión respecto del tema. Es tal la repercusión que los diarios o los noticieros postean una entrada o preparan una columna para reunir los memes más representativos de la situación. El humor es acompañado por una subyugante detracción que recuerda más a las sátiras caricaturescas. Sin embargo, en las imágenes macro se suprime la intervención vectorizada de la imagen, sacando

ventaja de momentos claves de una fotografía que encierren un gesto que pueda ser completado por el texto. Este último puede resultar de una frase del personaje sacada de contexto, y que es resignificada al combinarse, o de su deformación a partir de la supuesta cita proviene del creador del meme. Como establecen Pérez Salazar, Aguilar Edwards y Guillermo Archilla (2014): “Más allá de bromas o imágenes graciosas, se trata de signos en torno a los cuales se construyen sentidos, que dan lugar a comunidades que se relacionan entre sí con base en dichos referentes y funciones expresivas comunes” (pp. 87-88).

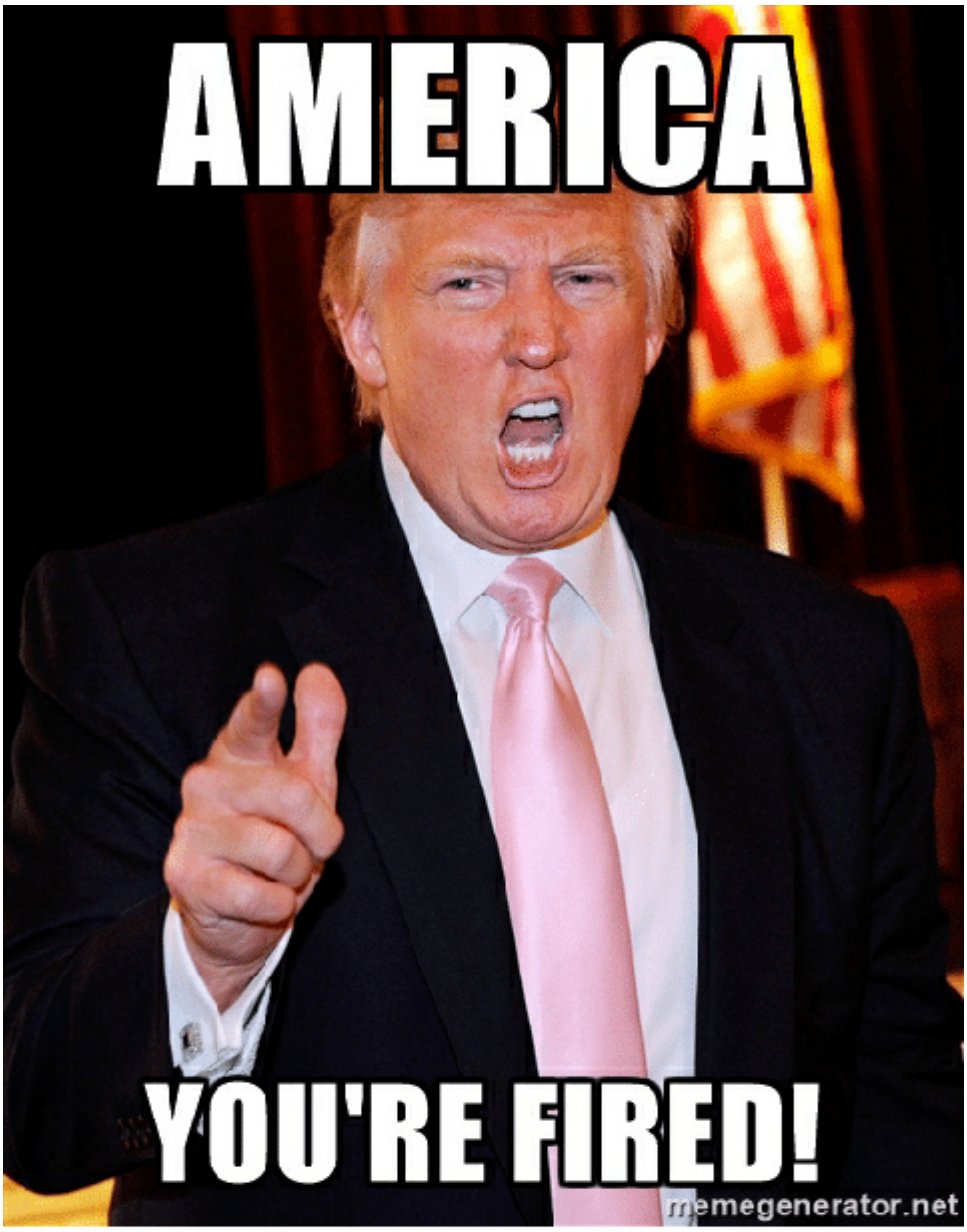

Figura 4. Meme sobre la victoria de Donald Trump en las elecciones de Estados Unidos, 2016. Recuperada de https://esmemes.com/i/america-youre-fired-memegenerator-r-net-so-i-hear-we-just-3828943

La actitud insurrecta recuerda al *pasquinade*, de la cual la población se valía —y se vale — para satirizar a autoridades religiosas y cívicas por su ineptitud o codicia (Lavin, 1990, p.31). La evidente diferencia radica en el uso resumido de las palabras, así el formato de la escritura. La similitud que subyace entre ambos es esa reacción irreverente de exteriorizar la crítica en un medio accesible.

Se puede, además, realizar una aproximación del meme de Internet con el del esténcil, puesto que ambos buscan ser fácilmente reproducibles. De igual forma, ambos se refugian en el anonimato en torno a su intervención. El meme, como el grafiti, se sumerge en la idea de clandestinidad en cuanto se impulsan medidas para intentar su control. En pos de dirimir las implicancias de ciertas actitudes meméticas que se encuentran cercanas al acoso, se comienzan a entablar debates acerca de la necesidad —o no— de una regulación en tanto comunicación cotidiana de las nuevas pantallas.

La supervivencia del hombre radica en su posibilidad de reproducción y de trasgresión de las barreras de la perennidad como manera de prologar su existencia a través de un legado, el cual se engendra a partir de la imitación. Además de código genético, el hombre entabla una relación con el mundo por medio de la copia, la cual no necesariamente está delimitada por la ética y la moral. Como nueva forma de comunicación, no resulta descabellado que el debate en torno al correcto uso del meme de Internet se haya instalado.

Notas

[1] 4chan es un tablón de imágenes con diversas temáticas, tales como anime, videojuegos, música, fotografía, etc. No requiere autenticación, por lo que los usuarios pueden publicar comentarios e imágenes desde el anonimato.

Referencias bibliográficas

Alberich, J. (2005). Notas para una estética audiovisual digital. En Alberich, J. y Roig, A. (coord.). *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas.* Barcelona: UOC

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

Blackmore, S. (2000b). *The Power of Memes*. Scientific American. Volumen 283, pp. 52-61

Danung, J., Holloway Attaway, L. (2008). *All Your Media Are Belong To Us: An Analysis of the Cultural Connotations of the internet Meme.* Literature, Culture and Digital Media. Volumen 17. Recuperado de [http://bth.danung.com/danung_rsch.doc].

Davison, Patrick. (2012). The language of Internet Memes. En Michael Mandiberg (ed.), *The Social Media Reader* (pp. 120-134). Nueva York: New York University Press.

Dawkins, R. (1993). *El Gen Egoísta*. Barcelona: Salvat Editores.

García Carrasco, J. y García del Dujo, A. (2001). *Teoría de la Educación II.* Salamanca: Ediciones Universidad Salamanca.

Gómez García, I. (2013-2014). *Del Meme al Imeme, Trascendiendo la dimensión lúdica.* Entretextos. Volumen 15. Recuperado de [http://entretextos.leon.uia.mx/num/15/PDF/ENT15-8.pdf].

Godwin, M. (1994). Meme, Counter Meme. Recuperado de [https://www.wired.com/1994/10/godwin-if-2/].

Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture. La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación.* Barcelona: Paidós.

Jenkins, H., Li, X., Krauskopf, A.D. y Grean, J. (2009). *If it doesn't spread, it's dead (part one): Media viruses and memes.* Recuperado de [http://henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html].

Knobel, M. y Lankshear, C. (2007). Online Memes, Affinities, and Cultural Production. En Knobel, M. y Lankshear, C. (eds.), *A New Literacies Sampler* (pp. 199-228). New York: Peter Lang.

Lavin, I. (1990). High and Low before their Time: Bernini and the Art of Social Satire. En Vardenedou, K. y Gopnik, A. (eds.), *Modern Art and Popular Culture. Readings in High & Low.* Nueva York: The Museum of Modern Art; Abrams.

Ma, X. (2016) From Internet Memes to Emoticon Engineering: Insights from the Baozou Comic Phenomenon in China. En Kurosu, M. (ed.), *Human-Computer Interaction. Part III.* Chiba: The Open University of Japan.

Mizroeff, N. (2003). *Una Introducción en la Cultura Visual.* Barcelona: Paidós.

Pérez Salazar, G., Aguilar Edwards, A. y Guillermo Archilla, M. E. (2014). *El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake.* Argumentos. Vol. 27, núm 75, pp. 79-100. Recuperado de [http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59533233004].

Scolari, C. (2011). *La Información. El Libro.* Recuperado de [https://hipermediaciones.com/2011/09/17/la-informacion-el-libro/].

Shifman, L. (2013). *Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker.* Journal of Computer-Mediated Communication. Volumen 18, pp. 362-377.

Shifman, L. y Thelwall, M. (2009). *Assessing global diffusion with Web Memetics: The spread and evolution of a popular joke.* Journal of the American Society for Information Science and Technology. Volumen 60.

¿Cómo citar este artículo?

Ibañez, F. (2019). Memes 2.0, una nueva forma de comunicación. *Sociales y Virtuales, 6*(6). Recuperado de http://socialesyvirtuales.web.unq.edu.ar/articulos/memes-2-0-una-nueva-forma-de-comunicacion/

Ilustración de esta página: Ciampini, G. (2019). *Hábitat* (fragmento). [Dibujos bordados sobre pañuelo]. En Programa de Cultura (Coord.) “Exposición 30 años, 30 obras”. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes. *Clic en la imagen para visualizar la obra completa*