

Esto no es un meme. El meme de internet como objeto significativo iterable dentro de comunidades semióticas virtuales

This is not a meme. Internet memes as iterable significant object inside virtual semiotic communities

JOAQUÍN MOREIRA ALONSO - ORCID 0000-0002-0024-7762

LAURA EMILCE SANDOVAL - ORCID 0000-0002-6275-8816

(pág 127 - pág 142)

RESUMEN. El término *meme*, originado en la teoría biológica de Richard Dawkins, fue apropiado por internautas lúdicos referir a un tipo específico de imágenes basadas en la replicabilidad y variabilidad de objetos digitales. A pesar de las diferencias conceptuales, las investigaciones sobre memes de internet utilizan el concepto de Dawkins para caracterizarlos. Sin embargo, observamos que tal concepto no es aplicable a este fenómeno. En este artículo presentamos una caracterización general de los memes de internet como objetos abiertos que adquieren sentido dentro de redes semióticas comunitarias. Asimismo, proponemos las categorías *género* y *arquetipo* para identificar relaciones de iteración y analizamos sus vínculos con el consumo cultural, a partir de abordar las transtextualidades que intervienen en las distintas remediaciones. Entonces, el carácter abierto, transtextual y comunitario del meme de internet cuestiona la identificación de los dos tipos de memes y problematiza la teoría de la transmisión cultural de Dawkins. Este artículo forma parte del proyecto de investigación “Producción de sentido en memes de internet” del grupo Filosofía Teórica de la Comunicación de FHCE - CSIC-UdelaR.

Palabras clave: memes de internet, comunidad semiótica, medios digitales, filosofía teórica de la comunicación.

ABSTRACT. The term *meme*, originated in the biologic theory of Richard Dawkins was appropriated by ludic Internet users to refer to a specific type of images based on the replicability and variability of digital objects. Despite the conceptual differences, research on internet memes uses Dawkins' concept to characterize Internet memes. However, we noticed that this concept is not applicable to this phenomenon. In this paper we present a general characterization of Internet memes as open objects that acquire meaning within community semiotic networks. We propose the categories *genre* and *archetype* to identify its iteration relationships and to analyze their relations with cultural consumption, addressing the transtextualities that intervene in the different remediations. Thus, the open, transtextual and communitarian nature of the internet meme questions the identification of the two types of memes and problematizes Dawkins's theory of cultural transmission.

This article is part of the research project “Production of Meaning in Internet Memes” by the Theoretical Philosophy of Communication group at FHCE - CSIC-UdelaR.

Keywords: internet memes, semiotic community, digital media, communication philosophy

JOAQUÍN MOREIRA ALONSO. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Doctorando en Comunicación Social (UNC), Licenciado en Ciencias de la Comunicación (Udelar, Uruguay). Categorizado en el Sistema Nacional de Investigadores (SNI), Uruguay. jmoreiraalonso@gmail.com

LAURA SANDOVAL. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad de la República, Uruguay. Maestranda en Filosofía contemporánea. luliexperiment@gmail.com

Algunas publicaciones que han realizado en coautoría sobre la temática: Sandoval, L. y Alonso, J. M. (2021). Creatividad en la restricción: Memes, templates y cultura participativa. *Question/Cuestión*, 3(69), Moreira Alonso, J. y Sandoval del Puerto, L. E. (2021). Entendí esa referencia. Intertextualidad, memes y comunidad 2.0. *Sphera Publica*, 1 (21), 2–34. <https://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/423>

FECHA DE PRESENTACIÓN: 21/04/2023 **FECHA DE APROBACIÓN:** 15/05/2023

1. MEME, DE UN NEOLOGISMO A UN CONCEPTO

El término meme fue acuñado por Richard Dawkins en el marco de la biología evolutiva para referir a hipotéticas unidades de transmisión cultural. Con cierta influencia del concepto de Dawkins, comunidades de usuarios lúdicos de la internet vernácula utilizaron el término *meme* para nombrar un tipo específico de imágenes humorísticas basadas en la replicabilidad y variabilidad de los objetos digitales. A pesar de las diferencias conceptuales entre estos dos usos del significante *meme*, expresadas incluso por Dawkins (Solon, 2013), gran parte de las investigaciones sobre memes de internet los identifican con los primeros y les atribuyen las mismas características. Sin embargo, a partir de la investigación “Producción de sentido en memes de internet” (CSIC-UdelaR), con una muestra extensa y un profundo trabajo de análisis y sistematización, observamos que los memes de internet no son unidades discretas y autónomas de sentido cultural transmisible de forma biológica o física, como plantea Dawkins, ni funcionan de esa manera.

Así, la coincidencia y la influencia indirecta en la adopción del término hizo que, paradójicamente, muchos investigadores hayan basado su análisis de los memes en una aplicación directa de las características que Dawkins atribuye a sus hipotéticas unidades transmisoras de cultura. Comprendiendo la necesidad histórica de precisar el origen del término meme, entendemos que es necesario preguntarnos si los principios propedéuticos y epistemológicos del concepto meme planteado por Dawkins se adecúan a los memes de internet y qué implicancias tiene utilizar este para definirlos.

2. UNA TEORÍA DE LA DISPERSIÓN BIOLÓGICA DE LA CULTURA

El concepto de meme es creado por el biólogo Richard Dawkins y aparece por primera vez en su libro *El gen egoísta, las bases biológicas de nuestra conducta* (1993). Desde la legitimidad de las ciencias naturales, específicamente el contexto epistémico de la biología evolutiva, Dawkins establece una analogía entre el concepto y el funcionamiento del gen humano en tanto elemento de transmisión de características biológicas y el meme, que sería el encargado de asegurar la transmisión cultural. Así, Dawkins intenta dar una respuesta a la pregunta por la difusión y transmisión cultural y cómo esta ha sido selectiva en las significaciones e ideas que se transmiten. Sostiene 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. 256).

En el capítulo “Meme, los nuevos replicadores”, Dawkins propone el neologismo *meme*, creado a partir de unificar los términos *memoria* y *mimesis*, término que guarda una relación de carácter fonético con la palabra gen (*gene*, en inglés), idea que sostiene y articula su teoría. Básicamente, define al meme como una unidad replicadora “de transmisión cultural o unidad de imitación” que “se propaga en el acervo de memes al saltar de un cerebro a otro” y aclara que “se debe considerar a los memes como estructuras vivientes, no metafórica sino técnicamente” (Dawkins, 1993, p. 218).

A partir de esta definición, podemos entender que Dawkins propone una solución de carácter ontológico y postula al meme como *unidad de cultura*. En otras palabras, los memes cuales unidades de transmisión cultural serían el producto de la transformación de

información cultural (inmaterial) en “estructuras vivientes” (Dawkins, 1993), es decir, en entidades discretas existentes físicamente. Estos memes serían los encargados de transmitir unidades significantes de una cultura a otra, de un individuo (conciencia) a otro, idea ilustrada por la expresión “saltar de un cerebro a otro”. Además, ya que el “contenido cultural” de esa unidad está íntegramente en ella, esa transmisión de cultura se produciría de manera independiente de cualquier contexto histórico y social, con un comportamiento similar al de la transmisión genética.

Podemos entender que para Dawkins los memes constituirían unidades de sentido (clausuradas, inmutables y ahistóricas) capaces de incorporarse a las personas humanas (en y por los “cerebros humanos”) para luego propagarse a través de espacios culturales (entre conciencias) por vías biológicas, generando, en palabras de Dawkins, una “evolución” cultural al mejor estilo darwiniano, “una esencia del darwinismo que se encuentra presente en la mente de cada individuo” (Dawkins, 1993, p. 226).

Entonces, si aceptamos esta definición de meme, también aceptamos el supuesto de la existencia de una “genética” de la cultura. Es decir, utilizar *meme* en este sentido implica aceptar que los productos culturales pueden culminar en un estado de clausura de sentido y, mediante este cierre, transformarse en unidades biológicas discretas de información cultural, y, posteriormente, incorporarse en la mente humana. Este proceso sería el que posibilita y explica la transmisión cultural de generación en generación. Sobre esto propone algunos ejemplos:

Ejemplos de memes son: tonadas o sonos, ideas, consignas, modas en cuanto a vestimenta, formas de fabricar vasijas o de construir arcos. **Al igual que los genes se propagan en un acervo génico al saltar de un cuerpo a otro mediante los espermatozoides o los óvulos, así los memes se propagan en el acervo de memes al saltar de un cerebro a otro** mediante un proceso que, considerado en su sentido más amplio, **puede llamarse de imitación** (Dawkins, 1993, p. 260, resaltado propio).

Es decir, Dawkins explica la difusión y transmisión cultural en el tiempo mediante un salto de orden ontológico que transforma productos del orden del discurso al orden de lo biológico, en unidades replicables con sentido semántico autónomo.

Si una sola frase de la novena sinfonía de Beethoven, **es lo suficientemente característica y notable para ser separada del contexto** de la sinfonía total y utilizada como característica de una enloquecedora emisora intrusa europea, luego, hasta este punto, merece ser llamada un meme (Dawkins, 1993, p. 269, resaltado propio).

En estos planteos el meme es entendido como una unidad con sentido clausurado, fijo, inmutable (o sólo mutable por problemas en la replicación), capaz de transmitirse idéntico por distintos contextos temporales. Esta forma de concebir al meme implica también pensarlo como una unidad autónoma y de sentido discreto, es decir, cada meme tendría un sentido determinado y posible de ser entendido totalmente de manera autónoma, sin que los contextos culturales medien, afecten, modifiquen, trastoken o amplíen su significado, apreciación, valoración o comprensión.

Esta especulación sobre cómo se produce la transmisión cultural viene legitimada por un manto cientificista dado por la analogía con la genética humana, con cierto lenguaje técnico, pero sin otorgar evidencia empírica alguna, que como necesidad metodológica de las ciencias naturales la hace carente de validez como teorización científica. De hecho, tal como sucedió con su interpretación de Darwin, la teoría de Dawkins respecto a los memes ha recibido innumerables críticas, siendo, incluso, considerada un dogma pseudocientífico debido a que se basa en elementos nunca observados empíricamente y en una equiparación entre aspectos que no presentan más que una analogía superficial y que no da cuenta de las numerosas diferencias entre la transmisión cultural y la genética (Benítez-Bribiesca, 2001)

Esta es la noción establecida y casi nada problematizada en los estudios e investigaciones sobre memes de internet, incluso en abordajes realizados desde las ciencias sociales y humanidades. Quizás, las razones por las cuales la teoría memética es adoptada para explicar el fenómeno de internet se basan en una lectura superficial o metafórica de algunas características que Dawkins le imprime a esta unidad biológica. Nos referimos a las nociones de viralidad, replicabilidad en tanto los memes podrían, mediante un proceso de imitación y agencia, “crear réplicas de sí mismos” y esta imitación tendría las cualidades de “longevidad, fecundidad y fidelidad” (Dawkins, 1993, p. 262).

3. UNA APROPIACIÓN TERMINOLÓGICA DEVENIDA PROBLEMA EPISTÉMICO

El término *meme* tuvo cierta aceptación en ámbitos académicos, sobre todo entre actores vinculados a la tecnología y algunas corrientes de la ciencia cognitiva (entre los que Dawkins mantiene cierta reputación) donde hubo desarrollos de una llamada ciencia memética, la cual también carece de fundamentación empírica y está plagada de recursividades. Asimismo, a mediados de la década de 1990, el abogado especializado en tecnologías y temprano entusiasta de internet, Mike Godwin (1994) plantea que internet sería un espacio proclive a la circulación memética, usando el término en un sentido cercano al de Dawkins pero sin asumir (al menos, no explícitamente) un funcionamiento equivalente al de los genes. En gran medida, el respeto que Godwin recibe por su activismo, contribuye a que los usuarios tempranos de internet adopten el término *meme* en un sentido semejante al de Dawkins, pero sin la carga biologicista, para referirse a ideas generales que circulan, se replican y cambian. Así, cuando, a mediados de la década del 2000, los usuarios de la web vernácula (Howard, 2008) comenzaron a realizar, publicar en línea y compartir esas imágenes que hoy identificamos como los primeros memes de internet, el término ya circulaba y fue rápidamente reapropiado para denominar a esos objetos que se replicaban y transmitían mediante la imitación. De esta manera, cuando se comienzan a estudiar académicamente los memes de internet como objetos culturales, diversos investigadores tomaron el término *meme* e identificaron a los memes de internet como una forma específica de unidad cultural de base biológica. Esta identificación de objetos fue utilizada sin problematizarla por gran cantidad de investigadores, tales como Knobel y Lankshear (2007), Recuero (2007), Chen (2012), Rintel (2013), Vickery (2014), Arango Pinto (2015), Re (2014), entre otros.

Por otro lado, algunas investigaciones importantes se sirven del concepto de meme de Dawkins, y, aunque expresan que existe un problema con esa definición, no ahondan en ello. Esto sucede con autores como Shifman (2014, 2009); García Huerta, (2014); Wiggins y Bowers (2015); Alarcón Zayas (2017), Ballesteros Doncel (2016), entre otros. Son notoriamente menos los casos en que se distancia explícitamente el meme de internet como un objeto diferente al planteado por Dawkins, entre los que destacan los trabajos de las investigadoras polacas Dynel (2016) y Juza (2013), quienes no sólo señalan que son fenómenos diferentes, sino que llaman la atención sobre lo problemático del concepto de meme de Dawkins.

Es importante señalar que en la gran mayoría de los casos los investigadores que identifican ambas concepciones toman las características superficialmente sin profundizar en las características más internas que Dawkins atribuye a los memes. Este aspecto puede sugerir que no se realizó una lectura profunda del texto de Dawkins, o que se realiza un uso utilitario de la categoría *meme* sin reflexionar sobre los problemas epistemológicos que implica adoptar una teoría que asume un carácter biológico y teleológico de la cultura, que entiende que esta se transmite por unidades autónomas y discretas “de cerebro a cerebro” (literalmente, ya que como vimos Dawkins aclara que este no es un uso figurado).

El uso utilitario de la categoría meme presenta un primer problema, pues, al usar sus conceptos sin problematizarlos, se acepta implícitamente la ontología del meme (y de la cultura) que postula Dawkins. Empero, esto posibilita introducir otros problemas, ya que a partir de identificar —sin fundamentos— a la transmisión intergeneracional del material genético de los seres vivos con la difusión de la cultura, se termina atribuyendo características a los memes de internet que estos no necesariamente tienen. Entonces, utilizando la teoría de Dawkins, se define a los memes de internet como unidades con autonomía semántica y capacidad propia de identificación, imitación, replicación y transmisión, algo que no coincide con lo que observamos.

Si bien hay más aspectos en los cuales podríamos desarrollar nuestra crítica a esta identificación, nos centraremos particularmente en el problema de la autonomía semántica, la transmisión biológica y la replicación. Para ello, no sólo realizamos una lectura crítica de la equivalencia entre ambas nociones de meme, sino que desarrollamos una caracterización general del meme de internet a partir de los resultados de nuestra investigación.

4. EL MEME DE INTERNET COMO OBJETO SEMIÓTICO ABIERTO

Si aceptamos, como hacen muchas investigaciones previas, que el meme de es una forma especial del meme dawkiniano también estaríamos aceptando que el sentido del meme estaría clausurado y definido de manera transcultural y ahistórica, autónomo del contexto sociocultural en que se produce, recepciona y circula. Sin embargo, tal como hemos observado y argumentaremos a continuación, el meme de internet es un objeto semiótico abierto, cuyo sentido se define continuamente en múltiples relaciones con los contextos en los que circula y con otras formas culturales. Es un objeto que, más que transmitirse de cerebro a cerebro, se construye semióticamente en la circulación social en contacto con otros discursos, en un contexto cultural que, siguiendo a Bajtín (1989), está caracterizado por la heterogeneidad.

Consideramos que una caracterización sobre los memes y la forma en que estos producen sentido no debería partir de una especulación teórica *a priori*, sino de la observación y estudio del objeto. En ese sentido, realizamos una investigación que se basó en la recopilación de una muestra de 2782 memes de imagen fija publicados entre mayo y septiembre de 2018 en plataformas sociales, sitios web de memes y comunidades en línea, allí se realizó una sistematización orientada a comprender cómo se produce, circula y modifica el sentido en los memes de internet.

4.1. ESTRUCTURAS FORMALES Y SEMÁNTICAS: TEMPLATIZACIÓN, GÉNEROS Y ARQUETIPOS

Una de las razones por las que la identificación del meme de internet con la memética de Dawkins fue aceptada sin mayores problematizaciones es que una mirada superficial permite pensar que los principios de imitación y replicabilidad están explicando lo que sucede en internet con los memes, ya que estos últimos son creados (por usuarios), a partir de la imitación y replicación de otros modelos. Sin embargo, la imitación y replicación no deben ser entendidas como procesos semejantes a los planteados por Dawkins, sino que tienen un funcionamiento muy diferente.

En el contexto del meme de internet, la replicación debe ser entendida como una consecuencia de las características del meme en cuanto objeto digital (Manovich, 2005). Al ser objetos digitales (productos de representación numérica), las imágenes y textos que componen los memes pueden ser tratados como unidades separadas y, a su vez, como conjuntos de unidades más pequeñas (modularidad), las cuales son automatizables en rutinas de procesamiento (automatización) que permiten la creación de distintos objetos a partir de los mismos elementos (variabilidad) y, a su vez, cambiarles el formato (transcodificación), convirtiendo, por ejemplo, video o texto en imagen fija. Estas características permiten que, mediante el uso de generadores automáticos de memes o *software* de edición de imagen, los usuarios pueden apropiarse de elementos preexistentes (imágenes, fragmentos de texto, capturas de video o pantalla, etc.) e incorporarlos a sus propios memes y, en particular, usar imágenes ya utilizadas anteriormente, mediante la creación de plantillas o *templates*. Sin embargo, si bien los *templates* que permiten una realización técnica son muy relevantes, el aspecto central en la producción de memes es que esos elementos que los usuarios utilizan tienen capacidad significativa. Es decir, no se trata simplemente de tomar una imagen que ya ha sido utilizada anteriormente para crear un meme, sino de tomar una estructura significativa que se ha creado a partir de esa imagen.

Entonces, en vínculo con las ideas de imitación, replicabilidad y transmisión y a partir del concepto de *architextualidad* de Gérard Genette (1989), desarrollamos la categoría “arquetipo” para analizar pautas estructurantes generales de los memes. En ese sentido, un arquetipo sería una estructura de carácter semiótico, creada a partir de relaciones, jerarquías y sentidos que guían la creación y la recepción de los memes (Sandoval y Moreira Alonso, 2021). Por ejemplo, un meme del arquetipo *Filosoraptor* (varios ejemplos en figura 1) se realiza a partir de *templates* y generadores que permiten que cualquier usuario reutilice la imagen y agregue texto (el tercer caso tiene la marca del generador). Sin embargo, para crear el meme no basta con la repetición de la imagen y los dos fragmentos de texto en fuente *Impact bold* blanco, sino que es necesario que los distintos componentes del

memes estén cumpliendo los roles significantes propios del arquetipo. En este caso, el texto superior presenta el comienzo de una reflexión que el texto inferior torna absurda, lo cual complementa con la imagen del dinosaurio que parece estar haciendo un gesto pensativo.



Figura 1. Memes del arquetipo *Filosoraptor*. Fuentes: Facebook, Cuanto Cabrón, Loquillo.

Estos arquetipos pueden estar definidos por pautas semióticas materiales (imágenes o fragmentos de texto presentes en el meme) o conceptuales (ideas que guían la creación y lectura de los memes). Así, *Filosoraptor* puede analizarse como un *arquetipo material*, ya que está definido por las relaciones que se establecen entre una imagen y dos fragmentos de texto distribuidos jerárquica, espacial y formalmente. Estas relaciones formales, expresadas como espacios dentro del meme y que están reservadas para cumplir funciones específicas son las que posibilitan la generación y manipulación de distintas capas de sentido que se articulan en los memes. Es decir, la formación del sentido inicial, que luego puede ser alterado, modificado o amplificado, está posibilitada, en los casos de los arquetipos materiales, por los espacios funcionales materiales expresados en los memes (sea el lugar determinado para una o más imágenes, la disposición y diagramación que permite guiar la lectura, lugar para etiquetas, injertos, etc.).

Además de los arquetipos materiales, encontramos otra formación arquetípica que no está determinada por relaciones materiales y espacio-funcionales expresas en los memes, sino por ideas abstractas o conceptos. A estas formaciones las denominamos *arquetipos conceptuales*. Un ejemplo que incluimos dentro de esta categoría es el arquetipo *Jeffrey Epstein Didn't Kill Himself* (figura 2), donde las relaciones que conforman este arquetipo se definen no materialmente, sino por una idea, noción o concepto. En este caso, la idea que rige al arquetipo es la duda acerca de la muerte en prisión de Jeffrey Epstein, una duda que, en la mayoría de los casos, no es tal, ya que si así fuera no conformaría un arquetipo que estructura la creación, sino sería parte del “contenido” de un meme. Esta idea se basa en una ocurrencia humorística tomada de la circulación que tuvo la noticia del suicidio en las plataformas sociales digitales y posteriormente en medios masivos y otros espacios culturales, como en la ceremonia de los Globos de Oro de 2020. De esta manera, el humor del meme no se basa en poner en duda el suicidio de Epstein, sino en tomar una estructura conceptual preexistente y darle una nueva iteración.

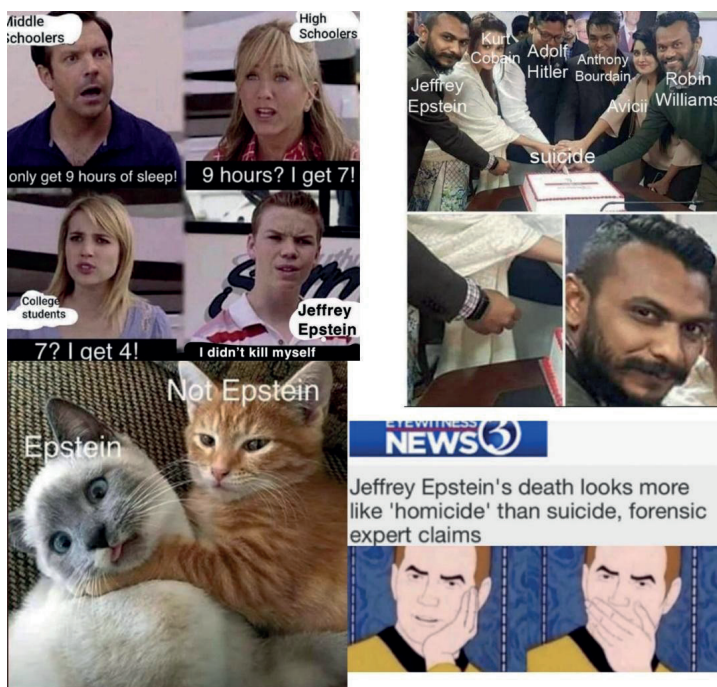


Figura 2. Memes de *Epstein didn't kill himself*. Fuentes: Facebook, Cuanto Cabrón, Loquillo

Entonces, los arquetipos, materiales y conceptuales, permiten entender la construcción de sentido en los memes como producto de múltiples relaciones materiales, formales, semánticas, entre otras, con distintos elementos, tanto intrínsecos como extrínsecos a los memes —en tanto piezas visuales—. Asimismo, esta forma de articularse el sentido nos permite entender a los espacios funcionales determinados por los arquetipos como espacios vacíos que luego son “llenados” con imágenes, textos e incluso, como en tres de los cuatro memes de la figura 2, por otros arquetipos. Estos espacios funcionales o no-lugares donde se va a articular el sentido de los memes se pueden analizar tomando la noción de valor de Ferdinand de Saussure (2012), donde relaciones de identidad, oposición o diferencia constituyen el valor iterable en cada relación, en cada actualización. Así, la noción de valor permite entender a la significación como producto de las relaciones de un mismo signo con el sistema semiótico en donde ese signo se produce, entonces, como resultado de ello, no habría posibilidad positiva de expresar el sentido de un signo, ni dentro ni de forma aislada al sistema. Además, el valor de un signo no es concebido como inmutable, sino que el valor varía dependiendo de los movimientos que surgen en los distintos ejes relacionales, o como la metáfora utilizada por Saussure: “el valor respectivo de las piezas depende de su posición en el tablero” (2012, p. 174). Es decir, es una variable indefinida que termina de adquirir un determinado valor en un estado de concreción contextual dado por las relaciones dentro del sistema de significación. Tomando la noción de valor, podemos entender que los arquetipos funcionan análogamente como un sistema semiológico relacional, pero, a diferencia del sistema de lengua, el sistema donde los memes adquieren sentido estaría

conformado no solamente por los textos e intertextos que se conjugan en el meme, sino que se incluye también a los contextos de producción, circulación y recepción en constante cambio e iteración. Esta característica es la que permite afirmar al meme como un objeto cultural semiótico abierto.

Además de los arquetipos, identificamos en los memes otra forma de estructuración semiótica: los géneros. Estos se constituyen por pautas de creación y reconocimiento que, tal como sucede en la literatura o el cine, operan como una estructura abstracta del contenido y de la organización de los objetos culturales re-presentados en la composición de los memes. Así, del mismo modo que *La Ilíada*, *La Odisea* y *La Eneida* (por citar obras reconocidas) comparten una serie de elementos propios de la epopeya clásica (el comienzo *in media res*, la invocación a las musas, el uso de epítetos, la métrica con versos hexámetros dactílicos, etc.), los memes de un mismo género “comparten no solo estructuras y características estilísticas, sino también temas, tópicos y audiencias imaginadas”¹ (Shifman, 2014, p. 99).

De esta forma, la creación de memes efectivamente se basa en mecanismos de imitación y replicación. Pero, a diferencia del planteo de Dawkins, esta imitación y replicación dista de operar de manera autónoma en el propio meme, sino que son los usuarios quienes, mediante su participación colectiva en espacios digitales de circulación de memes (foros, plataformas sociales, grupos de WhatsApp, etc.), conforman las pautas semióticas para la replicabilidad de los memes mediante la imitación. Así como la epopeya clásica no es un fenómeno de base biológica que por sí misma se transmite de cerebro a cerebro, sino que es un fenómeno cultural que se fue conformando a medida que pueblos antiguos fueron construyendo sus relatos fundacionales y se contactaron con otras culturas con las que se influenciaron mutuamente, los memes de internet surgen en contextos culturales, a partir de las necesidades e intereses culturales y humorísticos de los usuarios de la web vernácula.

Esta es una diferencia radical respecto a los conceptos de replicabilidad e imitación en la teoría de Dawkins. Mientras que para Dawkins los memes son unidades autónomas que se replican a sí mismas mediante un proceso de imitación autoconsciente y voluntaria del propio meme con un fin de preservación selectivo, en los memes de internet la imitación y replicación son acciones realizadas por personas, en tanto usuarias y pertenecientes a contextos culturales. Además, estas acciones de imitación y replicación, no constituyen únicamente un acto de repetición. Es decir, las personas se apropian de arquetipos y géneros de memes, pero de una manera activa, ya que resignifican los elementos imitados y replicados en un marco de relaciones de sentido con otros memes y con la cultura en general. Así, mediante los actos de replicación por la imitación, el meme actualiza su significado, sumando, alterando, modificando o manipulando las múltiples capas de sentido que lo mantienen vigente.

Se puede entender la replicabilidad en la generación de un meme como un proceso de iteración. En el sentido de Derrida, (1989) la iteración implica la capacidad de ser replicado o repetido y ser extraído del contexto, por lo tanto, transformado, transportado. Así entendida, la iteración sería una característica estructurante de toda significación y una forma de diseminación, de donde se sostiene la imposibilidad de totalizar un sentido que hace que la replicación, la reiteración, la citación, tengan siempre un remanente inteligible que se produce justamente por la propia iteración (Ramond, 2001). Entonces,

podemos pensar que la apropiación e imitación constituyen iteración, es decir, cada repetición que genera un nuevo meme —que puede estar o conformar género o arquetipo— va a adquirir una nueva posibilidad significativa, que, a su vez, va a impedir identificar y clausurar su sentido.

4.2. INTERTEXTUALIDAD: CREATIVIDAD MEDIATIZADA

El carácter semántico y semióticamente clausurado y autónomo de los memes, que es una consecuencia teórica de identificar los memes de internet con los planteados por Dawkins, debería quedar descartado cuando se observa la importancia que tienen en su producción y circulación distintas formas de intertextualidad (Kristeva, 1981) presentes en los memes de internet. En nuestra investigación observamos que casi la mitad de los memes de la muestra presentaban intertextualidades a objetos de la cultura popular, tales como referencias al cine, literatura, TV, videojuegos, etc. Además, en muchos casos se trataba de intertextualidades un tanto crípticas que solo logramos identificar por nuestro propio trasfondo cultural o luego de hacer una búsqueda específica, pero es posible que hubiese más. Estos intertextos presentes en los memes, que suelen ser llamados por los usuarios “referencias”, evidencian que el meme, lejos de ser un objeto clausurado y autónomo, es culturalmente abierto, ya que solo produce sentido en relación a otros memes, contextos y objetos culturales. Esta intertextualidad como característica intrínseca de los memes es tan importante que incluso existe un arquetipo de meme utilizado para señalarla, el cual es, a su vez, una referencia a una película.



Figura 3. Memes del arquetipo *Entendí esa referencia*. Fuente: Instagram, Reddit, Facebook

De todas maneras, no de cualquier película o serie exitosa se generan muchos memes ni esto se realiza de la misma manera. Películas muy importantes en un determinado momento pueden generar una cantidad enorme de memes, pero luego perder importancia hasta no generar prácticamente ninguno, mientras que películas con poca repercusión pueden generar memes durante muchos años. Las condiciones para que un objeto cultural genere memes por largos períodos de tiempo son diversas. Sin embargo, la importancia de algunos programas de televisión (como *Los Simpsons*, *Bob Esponja*) y películas (*¿Y Dónde Están Las Rubias?*, *Shrek*) que tuvieron alta circulación en la TV cable para abonados en las últimas décadas (cuando las generaciones más prolíficas en memes eran adolescentes)

sugiere que un elemento importante es el consumo mediático. Esta característica se observa en que las intertextualidades, en muchos casos, generan arquetipos (que son otra forma de transtextualidad), que no siguen las mismas pautas que la taquilla o el *rating*, sino más bien aspectos generacionales, de consumo mediático y pautas de consumo comunitarias (Moreira Alonso y Sandoval, 2021).

Las intertextualidades presentes en los memes no son simples comentarios a los objetos de la cultura popular, sino que son formas de remediación (Bolter y Grusin, 1998) por las cuales las personas “memeras” se reapropian y resignifican fragmentos de objetos culturales como películas, programas y series de TV, imágenes, obras de arte, literatura, piezas publicitarias, etc. Esta reapropiación y resignificación puede producirse incorporando en la estructura del meme relaciones discursivas y semióticas presentes en los objetos apropiados como injertos o reconfigurando nuevas relaciones, a partir de una modificación parcial o completa del elemento que se utiliza.

4.3. EL MEME COMO OBJETO CONTEXTUAL

Una característica de los memes constantemente señalada en diferentes investigaciones es la posibilidad de hacer referencia a contextos vitales de los usuarios, sean contextos inmediatos (memes que expresan asuntos personales) o generales (memes acerca de la sociedad o acontecimientos recientes). Así, los memes pueden ser utilizados para confesar un crimen de manera anónima (Ryan Vickery, 2014), para prácticas de activismo feminista (Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán, 2016), para hacer comentarios racistas (Milner, 2018) o para burlarse de una crisis social (Saucedo Añez, 2014). En general, cada vez que se produce un acontecimiento mediático importante (cultural, político, social, deportivo, etc.), casi inmediatamente se ponen memes en circulación que hacen referencia al evento. Así, encontramos varios memes sobre distintos acontecimientos políticos (en el período de la investigación en 2018), tales como las elecciones federales de México o la crisis cambiaria en Argentina. Estos memes no sólo hacían humor, sino que, en la mayoría de los casos, realizaban comentarios políticos, expresaban opiniones, o presentaban un análisis de las situaciones. Algo semejante pasó con el campeonato mundial de fútbol, al que se refiere el 9,6% del total de memes analizados, de los cuales casi todos circularon durante su emisión, siendo este objeto abandonado por completo en cuanto terminó, lo cual refleja la importancia de los eventos de actualidad en la creación de memes.

Sin embargo, el carácter contextual de la producción de memes no se agota en fenómenos de interés general, sino que también son muy importantes en contextos más restringidos. Por ejemplo, son muy comunes las *fanpages* y grupos de Facebook, cuentas de Instagram o subreddits centrados en difusión de memes sobre temas específicos, por ejemplo, sobre disciplinas académicas como la filosofía (Alarcón Zayas, 2017) o sobre consumos culturales de nicho como el animé o el heavy metal. Un caso interesante de memes orientados a contextos restringidos se observa en los espacios marginales de la web participativa. Un ejemplo es la comunidad digital *Taringa!*, que es particularmente cerrada y autorreferencial, donde las prácticas de producción y publicación de memes presentan características particulares propias de dicha comunidad (Moreira Alonso, 2021). Esto también se observa en otras comunidades de características semejantes, como los tablones /b/

y /r9k/ de *4chan* (Philips, 2016; Milner, 2016). Esta marca comunitaria en los memes no se restringe a mencionar o referir a la comunidad, sino que incluye el uso de arquetipos e intertextos que surgen o son importantes dentro de ellas, así como el rechazo hacia otros arquetipos externos. Dentro de estos espacios, los memes no sólo tienen objetivos humorísticos, sino que cumplen un rol importante en la propia construcción de la comunidad, ya que, por un lado, al repetir estructuras afincadas en la comunidad, se afirma la identidad y pertenencia a ella, y, por otro, mediante el uso de chistes internos y la utilización de estructuras relativamente herméticas, se excluye a quienes no son parte de la comunidad.

4.4. LOS MEMES EN EL SENO DE LA VIDA SOCIAL

El aspecto comunitario de la producción de sentido de los memes de internet está presente en toda la creación y circulación de memes. Incluso cuando un meme parece ser fácil de entender por cualquier persona, es la participación de esas personas en una comunidad más grande lo que permite su entendimiento. Actualmente, casi cualquier persona entiende un meme de *Filosoraptor*, no sólo porque entiende el comentario humorístico expreso, sino que entiende sus relaciones estructurantes, es decir, que el texto superior comienza una frase condicional que la inferior convierte en una hipótesis tonta, que el dinosaurio es quien reflexiona, en otras palabras, entiende el arquetipo. Sin embargo, hace una década esto no era así y mucha gente podría, aun cuando identificara el chiste, no entender el rol que ocupa cada una de las partes y el elemento adicional de humor que agrega la iteración de una estructura conocida (el arquetipo) para quienes la reconocen. Por lo que para entender un meme no basta con reconocer los injertos individuales que lo conforman. Ni siquiera basta con tener conocimiento enciclopédico de los memes en general y de un arquetipo en particular. Se hace necesario comprender las relaciones intertextuales que el meme establece, los arquetipos que lo estructuran, los contextos que definen diferentes sentidos, etc. Es necesario lo que Coseriu (1981) denominó *saber expresivo*, que se conforma en la participación en las comunidades semióticas mediante una imitación de prácticas no reguladas que se tornan normas implícitas. Entonces, los memes surgen como unidades por la creatividad individual, pero esa creatividad individual sólo se produce en sociedad, dentro de comunidades semióticas específicas y las unidades sólo producen sentido en su relación con otros objetos de la cultura u otros memes y arquetipos de memes.

4.5. LA IMPOSIBILIDAD DE CLAUSURA DEL SENTIDO

Mientras los memes planteados por Dawkins son unidades de transmisión cultural que replican ideas inmutables, con un funcionamiento análogo al de la genética humana, autónomos semántica y semióticamente con capacidad de agencia y con existencia por sí mismos, los memes de internet son objetos culturales semánticamente abiertos, conformados en la complejidad de múltiples relaciones entre textos y contextos sociales y que solo existen en tanto que circulan en la cultura en entornos digitales. De este modo, queda claro que, más allá del origen del término, la referencia a los memes dawkinsianos en los trabajos acerca de memes de internet no sólo no es procedente, sino que es una fuente de

problemas, ya que implícitamente induce a investigadores a atribuirles características que no tienen. Pero, un análisis de los memes centrado en su carácter abierto, contextual y comunitario no sólo permite hacer una crítica a los trabajos que los equiparan con los memes de Dawkins, sino que permite hacer una crítica general a la propia base de esa ciencia memética que Dawkins propone y también a su teoría sobre la transmisión cultural.

En su carácter semióticamente abierto, los memes de internet muestran la imposibilidad de una transmisión de ideas clausurada en unidades discretas de sentido. En ese sentido, mientras que un meme se siga actualizando, el proceso semiótico sigue operativo y las iteraciones continúan apilando capas de sentido. Esto implica la imposibilidad de extraer ni aislar de sus contextos un sentido total y acabado de un meme, ni de ningún otro objeto cultural. En ese sentido, como señala Lotman,

No sólo los elementos pertenecientes a diferentes tradiciones culturales históricas y étnicas, sino también los constantes diálogos intratextuales entre géneros y ordenamientos estructurales de diversa orientación, forman ese juego interno de recursos semióticos, que, manifestándose con la mayor claridad en los textos artísticos, resulta, en realidad, una propiedad de todo texto complejo. Precisamente esa propiedad hace al texto un generador de sentido, y no sólo un recipiente pasivo de sentidos colocados en él desde afuera. Esto permite ver en el texto una formación que llena el lugar que se queda vacío entre la conciencia individual —mecanismo semiótico generador de sentido que se basa en la asimetría funcional de los grandes hemisferios cerebrales— y el dispositivo poliestructural de la cultura como inteligencia colectiva. (1996, p. 86).

En conclusión, un análisis del meme de internet como objeto semiótico abierto no sólo permite abandonar la identificación entre los dos tipos de meme, sino que permite abandonar definitivamente los planteos acerca de la transmisión cultural de Richard Dawkins, los cuales no sólo no están debidamente fundamentados teóricamente y contradicen inmensidad de estudios de filosofía y análisis cultural sistemático, sino que no son consistentes con la observación empírica del funcionamiento de la cultura.

NOTAS

¹ “(...) share not only structures and stylistic features, but also themes, topics, and intended audiences”. Traducción propia

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALARCÓN ZAYAS, V. (2017). Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red: el caso de los memes sobre filósofos. *Revista de Comunicación* 16 (1), 122-146.
- ARANGO PINTO, L. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. *Común. Mídia Consumo*. 12(33), 110-132.
- BALLESTEROS DONCEL, E. (2016). Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 35, 21-45.
- BAJTÍN, M. (1989). *Teoría y estética de la novela*. Taurus.
- BOLTER, J. D. Y GRUSIN, R. (1998). *Remediation: Understanding New Media*. The MIT Press.

- BENÍTEZ-BRIBESCA, L. (2001). Memetics: a dangerous idea. *Interciencia*, 26 (1), 29-31.
- CHEN, C. (2012). The Creation and Meaning of Internet Memes in 4chan: Popular Internet Culture in the Age of Online Digital Reproduction. *Habitus*, 3, 6-19.
- COSERIU, E. (1981). *Lecciones de lingüística general*. Gredos.
- DAWKINS, R. (1993). *El gen egoísta*. Salvat.
- DERRIDA, J. (1989). *La escritura y la diferencia*. Arthropos.
- DYNEL, M. (2016). I Has Seen Image Macros! Advice Animal Memes as Visual-Verbal Jokes. *International Journal of Communication*, 10, 660-688.
- GARCÍA HUERTA, 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.
- GENETTE, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Taurus.
- GODWIN, M. (1994). Meme, Counter-meme. *Wired*. <https://www.wired.com/1994/10/godwin-if-2/>.
- HOWARD, R. (2008). The Vernacular Web of Participatory Media. *Critical Studies in Media Communication*, 25(5), 490-513.
- JUZA, M. (2013). Internet memes, creation, distribution, social meaning. *Media Studies*, 4 (55), 1-15.
- KNOBEL, M. Y LANKSHEAR, C. (2007). *New Literacies Sampler*. Peter Lang.
- KRISTEVA, J. (1981). La palabra, el diálogo y la novela. En *Semiótica I* (pp. 187-225). Fundamentos.
- LOTMAN, I. (1996). *La semiósfera I. Semiótica de la cultura y del texto*. Cátedra.
- MANOVICH, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós.
- MILNER, R. (2018). *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. The MIT Press.
- MOREIRA ALONSO, J. (2021). Escribo sobre Taringa! y te lo muestro: Comunidades, colapso del contexto y recontextualización. *Sujetos*. <https://sujetos.uy/2021/05/21/escribo-sobre-taringa-y-te-lo-muestro/>.
- MOREIRA ALONSO, J. Y SANDOVAL, L. (2021). Entendí esa referencia. Intertextualidad, memes y comunidad 2.0. *Sphera Publica*, 1(21), 2-34.
- MOREIRA ALONSO, J. Y SANDOVAL, L. (2019). El día en que nos invadieron los canguros (reflexiones sobre la cultura del meme). *Lento*, 75. <https://ladiaria.com.uy/lento/articulo/2019/6/el-dia-en-que-nos-invadieron-los-canguros-reflexiones-sobre-la-cultura-del-meme/>.
- PIÑEIRO-OTERO, T. Y MARTÍNEZ-ROLÁN X. (2016). Los memes en el activismo feminista en la Red. #ViajoSola como ejemplo de movilización transnacional. *Cuadernos.info*, 39, 17-37.
- RAMOND, C. (2001). *Le vocabulaire de Derrida*. Ellipses.
- RE, F. (2014). La política transmediática. Nuevas formas de participación ciudadana. *La Trama de la Comunicación*, 18, 33-51.
- RECUERO, R. (2008). Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *FAMECOS*, 14 (32), 23-31.
- RINTEL, S. (2013). Crisis memes: The importance of templatability to Internet culture and freedom of expression. *Australasian Journal of Popular Culture*, 2 (2), 253-271.
- RYAN VICKERY, J. (2014). The curious case of Confession Bear: the reappropriation of online macro-image memes. *Information, Communication & Society*, 17 (3), 301-325.
- SANDOVAL, L. Y MOREIRA ALONSO, J. (2021). Creatividad en la restricción: Memes, templates y cultura participativa. *Question/Cuestión*, 3(69), e549. <https://doi.org/10.24215/16696581e549>
- SAUCEDO AÑEZ, P. (2014). Los saqueos cordobeses del 3 y 4 de diciembre de 2013 a través del humor en internet. *Question*, 1 (43), 356-371.
- SAUSSURE, F. (2012). *Curso de lingüística general*. Losada.
- SHIFMAN, L. (2014). The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres. *Journal of visual culture*, 13(3), 340-358.
- 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*, 60(12), 2567-2576.
- SOLON, O. (2013). Richard Dawkins on the internet's hijacking of the word "meme". *Wired*. <http://www.wired.co.uk/article/richard-dawkins-memes>
- WIGGINS, B. Y BOWERS, G. (2015). Memes as genre: A structurational analysis of the memescape. *New media & Society*, 17(11), 1886-1906.

