

## El meme en internet

Sección: Editorial

*The internet meme*

Gabriel Pérez Salazar  
Universidad Autónoma de Coahuila, Unidad Saltillo.  
gabrielperezsalazar@gmail.com

### OBERTURA: BREVES ANTECEDENTES DEL MEME EN INTERNET

En la actualidad, el meme en Internet constituye un muy ampliamente extendido y reconocible fenómeno de la Comunicación. Prácticamente cualquier persona usuaria de esta red reconoce este formato expresivo a través de sus múltiples plataformas y pantallas y, muy probablemente, en algún momento ha contribuido a su existencia a través de su consumo, propagación e, incluso, su creación.

Más allá de los trabajos iniciales de Dawkins (1976), es importante reconocer que se trata de un objeto de estudio cuyos antecedentes conceptuales pueden ser rastreados hasta Gabriel Tarde y sus *Leyes de la Imitación*, obra publicada a finales del s. XIX. En consecuencia, el cuerpo teórico construido alrededor del meme es sumamente amplio y ha sido abordado desde una muy diversa variedad de aproximaciones disciplinares.

Muchos de estos trabajos coinciden en referirse al meme como una unidad cultural que es replicada y que forma parte del acervo de una comunidad determinada, lo cual, evidentemente, antecede al surgimiento y masificación de Internet. La memética como disciplina, construye su propio nicho en la academia desde mediados de la década de 1990, cuando se funda la revista *Journal of Memetics*, publicación en la que participaron algunos de los más reconocidos autores en esta línea, como el mismo Richard Dawkins, Daniel Dennett, Susan Blackmore, Liane Gabora, Aaron Lynch y David Hull. Su objetivo era el estudio de la difusión de la información, desde una perspectiva evolutiva (JoM, 2005) y en ese momento, prácticamente nada tenía que ver con lo virtual.

De forma paralela, más o menos en la misma época en la que se funda esta publicación científica, tiene lugar otro hito en la historia del meme en línea. En 1995, la *National Science Foundation* deja de administrar los principales troncales de lo que ya empezaba a ser conocido popularmente como la *Red de Redes*: Internet. Esto marca el inicio de la expansión del ciberespacio, hasta entonces reservado a académicos y científicos. Surgen los primeros servicios privados de acceso (ISP por sus siglas en inglés), como *America Online* y la Red comienza a ser poblada por nuevos usuarios que habrían de transformarla irreversiblemente.

Hablamos de una época en la que apenas nacían las primeras interfaces gráficas, y cuando aún era común tener acceso a través de una pantalla monocromática incapaz de desplegar otro código distinto al texto. A muy poco tiempo del surgimiento de la WWW, la mayor parte del tráfico en línea estaba dado por mensajes de correo electrónico y por publicaciones en Usenet, en los que estos primeros cibernautas eventualmente intercambian bromas y pequeñas animaciones GIF, y las viejas cartas cadena encontraban un nuevo espacio para transmediarse y seguir existiendo. Quienes hayan tenido la fortuna de haber tenido acceso a la Red en estos tiempos, seguramente recordarán ese clip animado de un bebé bailando, o una de las primeras manifestaciones de lo que ahora se conoce como *tren del meme*, dado por *All your base are belong to us*. Desde entonces, existe el meme en Internet.

No pasó mucho tiempo para que quienes habían contribuido al establecimiento de la memética como disciplina (a los que se sumarían otros nuevos estudiosos e inquisitivos científicos sociales), voltearan sus ojos a este entorno digital emergente y aplicaran sus conceptos a esas divertidas imágenes de gatitos, ya desde antes del s. XXI, absolutos dueños y soberbios soberanos de la naciente cibercultura.

Probablemente por ello, una gran cantidad de reflexiones hechas a finales de la década de 1990 e inicios del 2000, caracterizaron al meme en Internet desde su fenomenología más frecuente, en la que se recurría al humor. Pasaría cerca de una década para que ese sesgo conceptual inicial fuese superado y se descubriera que entre los muy diversos factores de viralización, se encontraba una amplia gama de disparadores emocionales, donde el humor era solo una entre otras posibilidades, como la indignación y la empatía.

Ahora sabemos que un meme en Internet puede rebasar su umbral de resonancia<sup>1</sup> a partir de una muy diversa combinación de elementos de viralidad, en contextos y comunidades muy distintas (Burguess, 2008; Guadagno, Rempala, Murphy y Okdie, 2013). Además de los ya mencionados disparadores emocionales, se encuentran su intertextualidad, su oportunidad y su relevancia en términos de aquellos asuntos que son reconocibles e importantes para los usuarios que crean, comparten y modifican estas unidades de sentido.

Así, hoy contamos con nociones como *holomemes*, *metamemes* y *memeplexes* para referirnos a dichas unidades signícas en diversos formatos, que se crean, propagan y son modificadas con relativa facilidad gracias a su condición digital,<sup>2</sup> y que aluden a todo tipo de situaciones que tienen lugar en los espacios sociales de interacción. De eso se trata el actual dossier de la revista *Virtualis*.

---

<sup>1</sup> Noción que hemos discutido de manera más o menos informal con el Dr. Jorge Alberto Hidalgo Toledo, de la Universidad Anáhuac, y a quien reconozco plenamente su autoría.

<sup>2</sup> Recordemos que la digitalidad implica la conversión última de todo signo en un código numérico, sobre el que es posible (con relativa facilidad) realizar operaciones de almacenamiento, transmisión y modificación.

## UN OCTETO DE MIRADAS SOBRE EL MEME EN INTERNET

La selección de los ocho artículos que integran la sección monotemática del presente número, son el resultado de estudios y reflexiones que buscan contribuir en sus conclusiones a una parte de la discusión que, desde la Comunicación, se hace hoy en día en América Latina sobre el meme en Internet.

Construido en torno a algunas de las categorías conceptuales que hemos mencionado, *Memes de Internet: Multimodalidad, Intertextualidad e Interdiscursividad en tiempos de Covid-19*, de Claudia Benassini Félix, se apoya en la pandemia como oportuno caso de análisis, y plantea una profunda reflexión sobre estas tres características centrales de este fenómeno ya anunciadas en su título: multimodalidad, hipertextualidad e interdiscursividad. Esta autora sugiere que los memes en Internet no ocurren como fenómenos aislados, sino más bien, como enunciaciones entrelazadas a estructuras discursivas sumamente complejas, en las que hay una clara superposición entre sus funciones ideales y textuales, y que forman parte de la cultura participativa, previamente caracterizada por Jenkins.

También relacionado con este acontecimiento global, *Virus y viralidad: Los memes durante la Pandemia por COVID-19*, de Gabriela González Pureco y Sergio Rivera Magos, presenta un análisis a un conjunto de memes compartidos en un grupo de Facebook integrado por usuarios de Querétaro, México. Los autores enfatizan la manera en que diversas plantillas son reutilizadas y ajustadas para hacer referencia a las dimensiones biológica, social y personal de esta emergencia sanitaria, confirmando además la importancia que tienen los referentes de actualidad en su enunciación, en coincidencia con lo señalado por Benassini. El corpus memético recolectado en su aproximación metodológica, sugieren González y Rivera, da lugar a una suerte de discurso colectivo que refleja el sentido en torno al acontecimiento al que se refieren, a través de una expresión preponderante del yo-agente como recurso retórico.

La reutilización de memes señalada tanto por Benassini como por González y Rivera, constituye uno de los principales ejes articuladores de *El meme de #esperancita en TikTok, su recurso de comedia y resignificación*, de Úrsula Albo Cos, a partir de una de las más recientes plataformas en las que es posible el análisis de este objeto de estudio: TikTok. A diferencia del resto de los artículos que integran este dossier, el formato de los memes analizados estuvo dado por unidades audiovisuales y no por imágenes estáticas con eventuales textos incrustados, dada la naturaleza de este medio sociodigital. A partir del caso de estudio, la autora encuentra violencias y subordinaciones interseccionales relacionadas con el clasismo y la asimetría de poder en las relaciones de género.

Debido a las dificultades metodológicas implícitas, una de las aproximaciones más frecuentes en el estudio del meme en Internet, está dado por el análisis de estas unidades. Sin embargo, en *Prácticas y dinámicas de creación de memes en Costa Rica*, Daniel Ramírez Monge e Ignacio Siles, con base en herramientas de la etnografía como la entrevista en profundidad, se

adentran en su proceso de generación y confirman que se trata de un asunto que es mucho más complejo que sólo imágenes graciosas. Para algunos de sus sujetos participantes, se trata de una práctica de participación política basada en la transgresión, incluso de las estructuras de los mismos memes. Esto permite matizar una gran cantidad de interpretaciones que se han hecho sobre el uso de memes por parte de los jóvenes, que suelen ser planteadas desde una perspectiva *etic*, es decir, desde fuera de los grupos en los que se originan.

La idea que el meme es una forma de práctica política, se encuentra también en los siguientes tres artículos: *Los memes en la política: primer debate de la contienda presidencial mexicana 2018*, de Sivia Gutiérrez Vidrio y Margarita Reyna Ruíz; *La construcción de la imagen pública de Hugo López-Gatell a través del meme en el contexto de la pandemia de COVID-19*, de Jacob Bañuelos Capistrán y Omar Cerrillo Garnica, y *Memes de Internet y violencia de género a partir de la protesta feminista #UnVioladorEnTuCamino*, de Lidia A. García- González y Olga Bailey Guedes.

En el primer caso, desde una perspectiva multimodal (mismo acercamiento empleado por Benassini), se habla de la importancia que tiene el meme en los contextos electorales, como una forma simbólica que, dado su extenso alcance como fenómeno viral, tiene un gran potencial en la generación multisituada de discursos en torno a los candidatos políticos. Como sugieren Gutiérrez y Reyna en sus conclusiones, los memes que formaron parte de su corpus de análisis, fueron generados con muy diversas intenciones, desde la relativa intrascendencia, hasta la franca persuasión.

El trabajo de Bañuelos y Cerrillo se ubica también en la coyuntura de la pandemia por el SARS-CoV2, específicamente alrededor de la representación de uno de los protagonistas más emblemáticos en su manejo en México: Hugo López-Gatell, Subsecretario para la Prevención y Promoción de la Salud, y quien cumplió un rol similar al de Anthony Fauci en los Estados Unidos. El argumento central es que la imagen de una figura pública puede ser construida en buena medida, a partir de estas unidades signicas que alcanzan altas tasas de replicación, con referentes ideológicos claramente identificables en tres esferas sociosemióticas señaladas por los autores: 1) la correspondiente a la misma pandemia, 2) la que tuvo lugar a partir de su relación con los medios de comunicación y 3) desde el ejercicio de la política pública de salud.

*Memes de Internet y violencia de género a partir de la protesta feminista #UnVioladorEnTuCamino* se ubica en el contexto de esta protesta global feminista de 2019. En su artículo, García-González y Bailey realizan un abordaje que toca lo político a partir del estudio de la generación de memes misóginos y machistas surgidos en Facebook, en cercanía con lo realizado por Albo en torno a TikTok. En concordancia con lo planteado por Benassini, se enfatiza que los memes estudiados constituyen auténticos dispositivos de la cultura digital participativa, que pueden operar como articuladores de violencia de género, a partir de representaciones estereotípicas que tienen el potencial de reforzar la ideología heteropatriarcal.

Desde una perspectiva similar, en *El meme en internet: El Skin-O-Meter como estrategia del dispositivo del poder*, de Amílcar Chavarría Cruz, se discute la manera en que a través de este tipo de publicaciones se refuerzan sentidos discriminatorios, donde la variable en este caso no es el género sino el color de la piel. Apoyado en una epistemología de corte foucaultiano, el autor analiza la manera en que los memes pueden contribuir a la normalización del racismo y el clasismo, como parte de la violencia simbólica que es expresada en forma de sarcasmo y humor, de manera similar a lo señalado en este número tanto por García-González y Bailey, como por Albo.

## CIERRE A MODO DE META-REFLEXIÓN

En el conjunto de trabajos que integran esta selección, es posible observar una serie de enfoques coincidentes entre los que destacan la ideología como dimensión analítica y la noción de que el meme puede ser caracterizado como un dispositivo/artefacto capaz de incidir en las percepciones de los usuarios. Desde la cultura de la participación de Jenkins (2012), se trata de procesos que no solo son de consumo y propagación, sino que frecuentemente implican resignificaciones y re-enunciaciones, que, como ya lo adelantábamos, se facilitan gracias a su naturaleza digital.

Los ámbitos temáticos de dichas posibles incidencias son tan amplios y diversos como la cultura digital misma y en los trabajos que forman parte de este número, sólo se han abordado algunas muy puntuales posibilidades y manifestaciones.

Por ejemplo, en lo que tiene que ver con el reforzamiento de estructuras discriminatorias, ya sea en expresiones misóginas, sexistas y/o racistas, es posible agregar otras dimensiones de la más alta pertinencia social como la condición migratoria, la religión, etnia, nacionalidad, grupo de edad y cualquier otra variable que opere como factor identitario colectivo.

El meme en Internet, como ha sido observado en estos trabajos, puede dar lugar a expresiones de otrificación,<sup>3</sup> en las que la alteridad es representada de manera estereotipada, bajo múltiples capas de sentido en las que el sarcasmo y diversas tonalidades de humor son empleadas para maquillar relaciones de poder asimétricas y hegemonías ancestrales.

La virtualidad, ese estado problemático donde las dimensiones espacio-temporales son constantemente actualizadas desde coordenadas subjetivas (Levy, 1999), es la condición basal en la que esto ocurre. En otras palabras, dada la separación física entre los participantes en este tipo de actos comunicativos y las relativamente mínimas repercusiones que pueden presentarse, es probable que la intensidad y frecuencia con que ocurran manifestaciones meméticas de

---

<sup>3</sup> Spivak (1985) acuñó el término de otrificación (*othering*, en el original), a partir del concepto del otro en la dialéctica hegeliana y en el trabajo de Lacan, para referirse a este proceso de reducción del otro a características estereotipadas, como un ejercicio de poder.

otificación, sea una consecuencia precisamente del entorno en que tienen lugar. Si para McLuhan (1987) el medio es el mensaje, de alguna forma el meme es una oportunidad para, como lo plantea la Escuela de Birmingham, desentrañar y hacer explícito lo implícito en el discurso.

El meme puede dar lugar a la construcción de la imagen de figuras públicas, como en el caso de López-Gatell, pero también, incidir en la reputación de personas comunes y corrientes que, de un día para otro, pueden volverse virales (y no siempre de forma positiva). Frases y acciones desafortunadas, expresiones fuera de contexto y hasta resignificaciones totalmente ajenas a lo originalmente ocurrido, se convierten en fenómenos replicables que suelen ser magnificados a partir de las resonancias periodísticas que exhiben a presuntos *ladies* y *lords* sin mayor indagación, a partir de ese otro factor de viralización que es la indignación, sobre el que luego se apoyan el humor y el efecto de arrastre.<sup>4</sup>

Ya sea de forma orgánica, o, como hemos observado en su empleo en la comunicación política, impulsado por ideologías e intereses muy concretos; el meme en Internet se suma a los repertorios de acción colectiva. A veces, esto ocurre en apego a lo comprobable, pero en muchas ocasiones, sus expresiones más bien se acercan a la noción de la posverdad de Keyes (2004) y la diseminación de las llamadas *fake news*. Hay usuarios que a veces tienen otros datos y con ellos *hornean*<sup>5</sup> sus memes.

Esta cultura de la participación que hemos ya mencionado, con el meme como recurso de expresión, es capaz tanto de dar visibilidad a los más legítimos reclamos y demandas sociales (que de otro modo quizás nunca hubieran sido incorporados en las agendas de las industrias informativas), como de reproducir y perpetuar violencias, hegemonías y los más burdos engaños y distracciones.

Buena parte de los trabajos que componen la selección que ahora presentamos, cierra con una serie de preguntas que tienen la intención de seguir expandiendo las fronteras del conocimiento. De eso se trata la ciencia. De seguir explorando fenómenos que, como siempre ha ocurrido, cuando finalmente llegan a formar parte de las narrativas académicas, ya se han modificado. Esta es la invitación al terminar de leer este número de *Virtualis*: a plantear nuevas interrogantes que nos ayuden a ampliar el anillo de oro<sup>6</sup> de aquello que sabemos sobre memes o sobre cualquier otro fenómeno de la Comunicación.

---

<sup>4</sup> Término formal con el que se suele describir a lo que popularmente se conoce como *tren del meme*.

<sup>5</sup> En la jerga utilizada por algunos jóvenes latinoamericanos, así se le llama al proceso de creación de un meme (más frecuentemente llamado *momo*, a partir de una modificación lingüística que es característica de estos grupos sociales).

<sup>6</sup> Noción empleada por Pierre Levy (2001) para referirse a aquello que forma parte del acervo de conocimientos generado por el género humano y que se encuentra en constante expansión a partir de la agencia de los sujetos.

## REFERENCIAS

- Burgess, J. (2008). 'All Your Chocolate Rain Are Belong to Us?' Viral Video, YouTube and the Dynamics of Participatory Culture. En Lovink, G. y Niederer, S. (Eds.) *Video Vortex Reader: Responses to YouTube* (pp. 101-109). Institute of Network Cultures.
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- Guadagno, R. E., Rempala, D. M., Murphy, S., y Okdie, B. M. (2013). What makes a video go viral? An analysis of emotional contagion and Internet memes. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2312-2319.
- Jenkins, H. (2012). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- JoM (2005). About. <http://pcp.vub.ac.be/jom-emit/index.html>.
- Keyes, R. (2004). *The post-truth era: Dishonesty and deception in contemporary life*. Macmillan.
- Levy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Paidós.
- Levy, P. (2001). L'anneau d'or. Intelligence collective et propriété intellectuelle. *Multitudes, Revue politique, artistique, philosophique*, 5. Disponible en: <https://www.multitudes.net/Multitudes-5-May-2001> .
- McLuhan, M. (1987). *El medio es el mensaje*. Paidós.
- Spivak, G. C. (1985). The Rani of Sirmur: An essay in reading the archives. *History and Theory*, 24(3), 247-272.