

PROYECTO MEMES CAPÍTULO 2 DE COMO CREAR UN MEME Y SU CONSOLIDACION GENERICA

Julieta Coloma
Ignacio De La Sota
Juan Ignacio Herrera
María José Pedernera
Juan Velis
Camila Bejarano Petersen

Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata

Resumen

El siguiente trabajo forma parte de una investigación en curso más amplia, realizándose en el marco de la adscripción a la cátedra de Guion 3 de la carrera de Artes Audiovisuales de la Facultad de Bellas Artes, UNLP. Tal investigación tiene por objetivo el acercamiento al *meme* como un producto propio del momento histórico en que surge y desde una perspectiva exclusivamente artística. En otros apartados profundizamos el estado del arte, el rol del productor y el espectador y el meme en relación con el estilo de época y corrientes artísticas del SXX. En el presente capítulo profundizaremos en los procedimientos que posibilitan tanto la producción como la interpretación de un meme, así como en los circuitos por el cual circula. El objetivo es demostrar por qué podemos considerarlo como una categoría de objeto cultural autónoma, con límites medianamente identificables.

Palabras clave: Meme – Género - Procedimientos de producción - Circulación

Lejos de agostarse en sus instancias superficiales -dígase texto o imagen- el meme es un objeto por demás complejo y si bien entendemos a que nos referimos al hablar de él, describirlo es una tarea que no se presenta tan sencilla. Es decir, podemos diferenciar al meme de otros objetos o expresiones. Pero ¿Cómo podemos delimitar un campo para ubicar al meme como género?

Quizás la pregunta que deba guiarnos es: ¿Cómo sabemos que estamos frente a un meme cuando vemos uno?

Podemos comenzar por lo que a primera vista encontramos. Un meme es una imagen que al verla produce un efecto cómico, satírico o paródico. Tal efecto puede estar contenido en la imagen misma, o bien puede –como en la gran mayoría de los casos– ser producto de un texto que la acompaña por dentro o fuera de sus límites.

Hasta aquí nada en el nivel de la *materialidad* del meme podría ayudar a distinguirlo



Imagen 2. 1

de cualquier otra expresión del humor gráfico como podría ser el comic, la caricatura o la historieta. Sin embargo, esto no es del todo cierto.

Actualmente el meme ha logrado establecer ciertas características muy propias que no encontramos en otras expresiones gráficas y

que a simple vista distinguimos. Un ejemplo claro es el texto para acompañar a la imagen, tipografía “Impact” color blanco y borde negro, letra gruesa y en mayúscula, ubicado en la parte superior o inferior de la imagen, como podemos ver en el meme más abajo (imagen 2.1).

Pero dijimos antes que no la totalidad de los memes utilizan texto y definitivamente no todos utilizan el tipo de texto que acabamos de describir. Por lo tanto, si bien encontramos características materiales propias del meme, estas no son suficientes para marcar el límite con otras expresiones.

Entonces ¿Qué nos posibilita diferenciar entre, por ejemplo, una viñeta original de *Mafalda* hecha por su autor Quino, de la misma viñeta convertida en un meme?

En primer lugar y antes que nada, el meme tiene un impacto visual que llama nuestra atención por un extrañamiento que reconocemos en la imagen, es lo que nos hace detenernos a observarlo. Retomando el ejemplo de la imagen 2.1, vemos allí una pintura. Por el uso de las luces, las sombras y la perspectiva podemos decir que es del periodo renacentista. Observamos muchas caras con bastante detalle. Pero lo que realmente llama la atención, es el texto blanco con letras muy grandes puesto encima de la imagen. Ese texto no pertenece allí, rompe con la concepción de cuadro renacentista, produce un extrañamiento que nos lleva a observar con atención.

Esto se produce gracias a una operación que ya se ha tratado en el capítulo anterior de esta investigación. Hablamos del *collage*. (Autores varios, Inédito, 2019 A) Es fundamental para la existencia del meme, un pastiche visual que se forma con elementos provenientes de distintos lugares. Alguna imagen que -en mayor y menor medida- reconocemos será la *base* sobre la que el meme se construye, pero esta estará modificada por elementos extraños que no le pertenecen y nos detendremos, porque de pronto hay algo nuevo allí para mirar.

Una vez que nos detuvimos frente a un meme, vamos a descubrir y reconocer una serie de operaciones y características que lo componen y que surgen del collage como punto de partida.

Encontramos aquí el primer aspecto que nos permite reconocer a nuestro objeto de estudio recortado de otros aledaños. La operación por la cual distinguimos a una imagen como meme y no a otra, es la de *descontextualización*. Es condición necesaria para la transformación de una imagen en meme, que esta sea *arrancada* de su contexto originario ubicándola en otro diferente. De esta forma la imagen produce un reenvío a su significado primero, pero al confrontarlo con el nuevo con-texto -en general dado por el collage de texto e imagen- se produce otro nivel de sentido gracias a esta relación transtextual¹, lo que da como resultado el efecto de comicidad. Habiendo dicho esto, cabe aclarar que, para que el efecto de comicidad prospere, será necesario conocer o al menos suponer el contexto originario del cual la imagen ha sido extraída. De lo contrario no se comprenderá el choque de sentidos. Podemos observarlo con claridad si retornamos nuevamente a la imagen 2.1. La pintura renacentista retrata muchos rostros juntos en un espacio reducido, ese sentido es *arrancado* y se le deposita uno totalmente nuevo gracias al collage con el texto que dice “cuando el autobús está hasta la madre”. Este nuevo sentido es el de interpretar la pintura y sus rostros como gente que viaja apretada en un colectivo lleno. Esta es una situación cotidiana con la que el observador podría sentirse identificado. Pero para sentirse identificado podría utilizarse directamente una foto real de un colectivo lleno, entonces ¿Para que el collage? La imagen del colectivo lleno acompañada del texto, no solo no sería graciosa sino que no aportaría nada nuevo, sería redundante. Lo gracioso y nuevo aparece cuando la imagen produce el choque inesperado de sentidos, y al observar una pintura del renacimiento no esperábamos que fuera comparada con un autobús lleno de gente.

¹ El concepto de *transtextualidad* es extraído y utilizado en el sentido que le otorga Gerard Genette en *Palimpsestos: la literatura en segundo grado* (1982) Allí el autor con motivo de abordar el texto literario, propone la idea de que todo texto parte de otro texto -*texto* como todo objeto perteneciente a la cultura- Es decir que cualquier creación dentro de una cultura esta indefectiblemente atravesada por conocimientos y experiencias previas dentro de la misma. Para un desarrollo más pormenorizado del concepto véase *Capítulo 1* y *Capítulo 3*, Autores Varios, Inédito, 2019.

Ahora, deducimos de lo anterior que conocer la imagen en su contexto original podría no ser suficiente. El nuevo sentido que se le asigna también tiene que provocar un reenvío a algo con lo que estemos familiarizados. Como viajar apretado en un colectivo lleno. Sin embargo no todos los memes trabajan con sentidos cotidianos y universales. Un meme hecho en la Argentina puede no cumplir su función como tal en otro país por utilizar en su construcción costumbres muy propias o desconocidas en otros lugares. Descubrimos entonces otra característica fundamental de un meme: *Anclaje espacio-temporal*.

Para que el *efecto meme* sea posible será necesario no solo conocer o suponer el sentido original de la imagen, sino la información que posibilita la creación del contexto nuevo donde se la coloca. Por ejemplo si con una imagen de “Los Simpson” creamos un meme sobre la disputa entre unitarios y federales durante el siglo XIX en Argentina, será necesario no solo conocer a *Los Simpson*, sino también conocer de historia argentina (Imagen 2.2)

El meme de la imagen 2.2 es un buen ejemplo de collage, descontextualización y anclaje espacio-temporal, y de las complejidades que supone la conjunción de todos estos factores, tanto para crear

el meme como para interpretarlo. En primer lugar es un variado collage que incluye dos fotogramas de un capítulo de la serie Los Simpson de Matt Groening, dos textos puestos sobre la imagen, dos fotografías del siglo XIX y una pintura. El proceso de descontextualización requiere conocer que las imágenes originales son extraídas de un capítulo de Los Simpson donde Homero llega a su primer día de universidad, ve pasar un hombre con anteojos y libros y desde el auto le grita: ¡Neeeed! Luego de reconocer la imagen original será necesario saber que durante el siglo XIX en Argentina el partido Unitario y el Federal mantuvieron una guerra civil y que los primeros calificaban de “Barbaros” a los segundos. Pero además también tendremos que reconocer que la pintura que reemplaza al personaje que camina (el nerd) es de



Imagen 2. 2

Facundo Quiroga, importante caudillo y líder del partido Federal y quienes están en el auto son Sarmiento (quien grita: Bárbaro) y a su lado Mitre, ambos del partido Unitario. En el texto se suma la complejidad de que Sarmiento dice “mira Bartolo”, lo que se comprende solo si sabemos que el nombre de Mitre es Bartolomé, y que entonces, al llamarlo por un apodo, deja expuesta una estrecha amistad entre ambos, haciendo un reenvío a cuando eran importantes figuras políticas del país.

Así, cumpliendo todos estos requisitos, cuando reconocemos las imágenes del capítulo de los Simpson pero de pronto en vez de estar Homero gritando: “Nerd”, vemos a Sarmiento gritándole: “Bárbaro” a Facundo Quiroga se produce el choque de sentidos y el *efecto meme* surge causándonos gracia.

Pero aquí es donde juega su papel el anclaje espacial. Este meme con su efecto cómico o satírico sobre la disputa unitarios y federales probablemente solo cumplirá su función dentro del territorio argentino por ser algo con lo que se está familiarizado, algo que estudiamos y es parte de nuestra historia. En cualquier otro país podría reconocerse la imagen de Los Simpson e incluso conocer la historia argentina y sin embargo no resultar cómico.

El *efecto meme* puede estar condicionado también por la actualidad de la información a la que reenvía su choque de sentidos. Hoy en día, las noticias que circulan por los medios de difusión son un *mina* de ideas para crear memes. La llamada *agenda mediática* a la que diariamente somos sometidos, provoca que estemos constantemente familiarizados con lo que sucede día a día, momento a momento. Definitivamente la información -lo que en los medios se llama *actualidad*- que consumimos, en mayor medida suele ser local y en menor medida global o internacional. Vemos como aquí nuevamente juega su rol el anclaje espacial. Entonces si a partir de una noticia creamos un meme, y este funciona, significa que es posible porque se conoce la noticia. Sin embargo este mismo meme que hoy cumple su función, puede dejar de hacerlo la semana que viene. Esto porque la noticia -o sea la información- que utiliza ya no es actual. Esto no implica que no se reconozca, pero el *efecto meme* quedara obsoleto por el hecho de que nuevas informaciones habrán ocupado la *agenda* cotidiana. Cabe aclarar que todos los discursos funcionan de esta manera, incluyendo los discursos artísticos. La pintura que se dedicó por siglos casi exclusivamente a los dioses y los reyes en la edad media quedó obsoleta con la llegada del renacimiento y el antropocentrismo. El cine de exaltación bélica se acabó con el fin de la Segunda Guerra Mundial para dar paso a películas sobre el peligro comunista o las décadas de procesos militares en América Latina promovieron el surgimiento de corrientes militantes y poéticas en los cines nacionales. El meme, fiel producto de la época que vivimos, remarca y acelera esta característica. Los temas en

la pintura se extendieron por siglos, en el cine décadas, el contenido de los memes tiene apenas días de vida. Y esto nos lleva a una última característica propia de meme: *Fugacidad y multiplicidad*.

Estos dos rasgos se desprenden por un lado de los antes mencionados -anclaje temporal y espacial- pero por otro surgen del propio ámbito de circulación de los memes. Hasta aquí habíamos encontrado rasgos particulares de nuestro objeto todos provenientes del área de la producción, es decir características que se adquieren en su creación. Pero ahora podremos indagar en otra área que es la que da al meme su carácter de fugaz y múltiple: La de circulación y difusión.

Pero avancemos por partes. Dijimos que un meme tiene un anclaje temporal, que suele estar muy relacionado a que trabaja su efecto con informaciones actuales, cotidianas. Este aspecto resulta fundamental si tenemos en cuenta el grado de comunicación y acceso a la información al que asistimos en nuestros días. Respecto de la censura Ignacio Ramonet dice: “(...) no funciona hoy suprimiendo, amputando, prohibiendo, cortando. Funciona al contrario: funciona por demasía, por acumulación, por asfixia. ¿Cómo ocultan hoy la información? Por un gran aporte de esta: la información se oculta porque hay demasiada para consumir y, por tanto no se percibe la que falta.”(Ramonet. 1986, p. 9) Si bien aquí no estamos haciendo foco en el aspecto comunicacional del meme ni mucho menos en las pujas de poder y la censura, las palabras de Ramonet caracterizan nuestra época como superabundante de información, tanta que jamás llegaríamos a consumirla toda. Entonces la información de la que hoy hace uso un meme, será arrastrada por el interminable caudal de información que llegará mañana, y que dará vida a otros memes distintos. He aquí *la fugacidad*. Pero no solo se trata de la abrumante cantidad de información, sino también como habíamos nombrado, del ámbito de circulación y distribución. Este es por excelencia -ya que el meme es un objeto cultural virtual, de pantalla- la web, Internet y sobre todo las redes sociales.

Estas últimas definitivamente no escapan a la caracterización que hace Ramonet de nuestra época, por el contrario son uno de los ejemplos más claros. La cantidad de información que circula allí es prácticamente inabarcable y es engrosada minuto a minuto, como una bola de nieve que se desliza por una ladera que nunca termina. En las redes sociales, literalmente la información vieja es desplazada hacia abajo por la nueva, perdiéndose allí donde nadie volverá a *revo/ver*. Dentro de toda esta vorágine circulan los memes, que no solo nacen de esa información que se escurre fugazmente, sino que son parte de esa información. Ahora sí vemos la característica de fugacidad en el meme: Estar anclado a información que rápidamente envejece y a su vez ser parte de esa información.

Es necesario aclarar que hay excepciones a lo que venimos explicando. Si bien la gran mayoría de los memes nacen y mueren en esta lógica, algunos han alcanzado tal grado de popularidad y difusión y han conseguido una universalidad tal que puede utilizarse en cualquier parte y situación. Así se han consagrado como memes



Imagen 2. 3

populares o clásicos que siguen vigentes a pesar del paso del tiempo. Algunos ejemplos podemos observar en la imagen 2.3.

Pero la fugacidad no hace solo referencia a la esperanza de vida de un meme y su contenido sino también a la velocidad con que se distribuye. Dijimos antes que el ámbito de circulación por excelencia son las redes sociales, lugar de donde surge el término *viral*. Un virus es un organismo que toma un determinado medio y a partir del mismo se multiplica y se expande. Esto se comprende al conocer la lógica que utilizan las redes sociales, donde alguien comparte una información y todos sus contactos, amigos, seguidores pueden verla. A su vez cualquiera de esos contactos puede compartir, republicar esa información para que todos los contactos de este último puedan verla, y así sucesivamente. Entonces la información va ramificándose y multiplicándose exponencialmente a alta velocidad. El meme definitivamente es una de las principales informaciones que las redes distribuyen. Todo el tiempo cientos de memes van y vienen por nuestras pantallas y cualquiera de ellos puede llegar a todos los rincones del mundo en cuestión de horas. Por eso lo calificamos de viral y fugaz.

Y así alcanzamos la última característica de nuestro objeto: *la multiplicidad*. También estrechamente relacionada con las anteriores, ya que implica nuevamente el ámbito en el que circula el meme. Internet y las redes sociales no solo posibilitan el acceso a la información, sino también el hecho de poder producirla y distribuirla. Y como dijimos antes parte de esa información son los memes. Aquí entra en juego una categoría que

es abordada en profundidad en otro capítulo de esta investigación, la del *prosumidor*: sujeto productor y consumidor a la vez (Autores varios, Inédito, 2019 A)

Hoy cualquier persona con una computadora o teléfono celular y acceso a internet tiene la capacidad no solo de consumir memes, sino de crear los suyos propios y subirlos a la red, a su cuenta de *Facebook*, *Instagram*, etc. De allí la multiplicidad. De las millones de personas que diariamente utilizan internet, buena parte crean memes y los distribuyen. Si esta característica la unimos a la fugacidad de la información de la que hablamos antes, tenemos como resultado miles de memes distintos que todos los días se crean y rápidamente envejecen para dar paso a otros miles que surgirán con la llegada de información nueva.

Aquí también podemos desdoblar el sentido de multiplicidad. El meme no es múltiple solo porque miles de personas fabrican miles de memes, sino también porque una misma imagen puede generar muchos memes con sentidos distintos. La misma imagen como *base* -lo que suele llamarse una plantilla- descontextualizada en cientos de formas diferentes. No solo el meme como fenómeno es múltiple, sino que uno solo de ellos a su vez puede ser múltiple. En la imagen 2.4 vemos un meme que se hizo



Imagen 2. 4

muy conocido, donde la imagen original se trata de un chico mirando a una chica pasar y su novia lo mira con enojo, que se multiplica generando miles de descontextualizaciones distintas (sobre política, situaciones cotidianas, estudios, series, etc.)

Hemos nombrado algunas características fundamentales que nos permitirían responder a la pregunta que nos hicimos al comienzo del capítulo “¿Cómo sabemos

que estamos frente a un meme cuando vemos uno?”. Sin embargo no hemos respondido del todo a la inquietud principal, que es delimitar un campo más o menos específico que le dé al meme el estatus de género.

Oscar Steimberg define al género “(...) como clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre si y que por su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social” (Steimberg. 1998, p. 41) Es decir que, reconocemos un género como agrupamiento de objetos culturales poseedores de determinadas características que los diferencian de otros, y la recurrencia en estas características permite darnos una idea anticipada de en qué consisten tales objetos por pertenecer a su género. En nuestro caso, podríamos traer a cuenta como recurrencias, las características que nombramos a lo largo de este capítulo, formulado de esta manera: Un meme es una imagen que al verla produce un efecto cómico, satírico o paródico porque procede de un collage que puede articular texto e imágenes, provocando así una descontextualización, plantea una lógica de fuerte anclaje espacio-temporal, es fugaz y múltiple. Sin embargo no podemos concluir aquí. Un género no se conforma solo por las características que poseen los objetos que contiene. Un género es más bien un terreno de pugna entre el objeto, el productor/emisor y el consumidor/usuario. En “Los géneros cinematográficos” Rick Altman define una categoría genérica no solo como una fórmula que programa la producción, sino también como una etiqueta para decisiones de distribución y exhibición (Altman. 2000). Esto es algo que podemos observar en los memes también y que lo nombramos anteriormente. Nos referimos al ámbito de circulación. La realización de un meme, se lograra no solo atendiendo a las características que lo conforman sino también a que estará destinado a ser subido a internet o alguna red social. Desde antes de crearlo sabemos que ese será su destino y que se reconocerá por encontrarlo en ese medio. Y llegamos así al último aspecto que consolida un objeto como género: la recepción por parte del público/consumidor.

Sera necesario atender a las características recién mencionadas para que de esta forma haya un receptor que identifique al meme como tal. Ahora, para que esto suceda también es necesario que el receptor habite y sea consciente de la existencia de una *comunidad* consumidora de memes. Debe tener certeza que no es la única persona que reconoce una imagen con determinadas características como meme. Esta certeza se encuentra, en parte en la propia circulación y consumo del meme -da cuenta de la existencia de otros *meme-espectadores*- y en parte en lo que Oscar Steimberg llama los meta-discursos que se generan en torno a un género (Steimberg. 1998). Discursos u objetos aledaños al objeto en cuestión -el meme en este caso- que

dan cuenta de un conocimiento y un consenso con respecto a la existencia del mismo. Rick Altman lo llama *discursividad secundaria*, poner en relación el espectador con otros espectadores. “(...) la capacidad de los textos genéricos para sugerir o reflejar la existencia de miembros ausentes de la comunidad, adoptando el papel de lugar simbólico de reunión para la comunidad.” (Altman. 2000, p. 232) Es decir, la existencia del meme y que yo espectador lo reconozca como tal, da cuenta de la existencia de otros espectadores en la misma situación.

Precisamente por su condición de múltiple, sería imposible desarrollar una descripción del meme lo suficientemente exhaustiva, por lo que definitivamente muchos casos particulares escaparán a los márgenes que aquí hemos trazado. Debemos tener en cuenta además que los géneros no son categorías ni rígidas ni estables, sino más bien campos de disputa y constante transformación. El meme no será la excepción, pero por lo pronto hemos podido encontrar ciertas características recurrentes que lo diferencian de otro tipo de imágenes, un ámbito de circulación y un conjunto de meta discursos que dan cuenta de una *comunidad* que no conocemos físicamente, pero que con seguridad existe y posibilita -ya no en forma de pregunta sino de afirmación- reconocer a un meme como tal, cuando vemos uno.

Referencias bibliográficas

- Altman, R. (2000). ¿Cuál es el modelo comunicativo apropiado para los géneros? En *Los géneros cinematográficos*. Barcelona, España, Ed. Paidós.
- Altman, R. (2000). ¿Qué suele entenderse por género cinematográfico? En *Los géneros cinematográficos*. Barcelona, Madrid, Ed. Paidós.
- Ramonet, I. (1986). La tiranía de la comunicación (fragmento). Madrid, España, Ed. Debate.
- Steimberg, O. (1998). Texto y contexto del género. En *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires, Argentina, Ed. ATUEL.