

29

Colección
Ciencias Sociales

MUNDO IMAGINADO Y SIGNIFICADO. Discursos contemporáneos y comunicación

Compiladores

Nicolás Chalavazis Acosta

María Cristina Machado Toro

UPB

Universidad Pontificia Bolivariana

302.2

Chalavazis Acosta, Nicolás, compilador

Mundo imaginado y significado. Discursos contemporáneos y comunicación / Nicolás Chalavazis Acosta y María Cristina Machado Toro, compiladores -- 1 edición-- Medellín: UPB. 2023 -- 104 páginas. -(Colección Ciencias Sociales, 29)

ISBN: 978-628-500-116-1 (versión digital)

1. Discursos 2. Estudios de comunicación 3. Ensayos literarios

CO-MdUPB / spa / RDA / SCDD 21 /

© Gabriel Lotero Echeverri
© Nicolás Chalavazis Acosta
© Harold Salinas Arboleda
© María Cristina Machado Toro
© Adriana Mora Arango
© Ana María López Carmona
© Marta Isabel Hincapié Uribe
© Daniel Santiago Cortés Ramírez
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana
Vigilada Mineducación

Mundo imaginado y significado. Discursos contemporáneos y comunicación

ISBN: 978-628-500-116-1 (versión digital)

DOI: <http://doi.org/10.18566/978-628-500-116-1>

Primera edición, 2023

Escuela de Ciencias Sociales

Gran Canciller UPB y Arzobispo de Medellín: Mons. Ricardo Tobón Restrepo

Rector General: Padre Diego Marulanda Díaz

Vicerrector Académico: Álvaro Gómez Fernández

Decano Escuela de Ciencias Sociales: Omar Muñoz Sánchez

Coordinadora (e) Editorial UPB: Maricela Gómez Vargas

Producción: Ana Milena Gómez Correa

Diagramación: Editorial UPB

Corrección de Estilo: Editorial UPB

Foto Portada: Imagen de Freepik

Dirección Editorial:

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2023

Correo electrónico: editorial@upb.edu.co

www.upb.edu.co

Medellín - Colombia

Radicado: 2292-02-10-23

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

El meme como dispositivo semiótico-retórico en la era de la convergencia¹

Nicolás Chalavazis Acosta
y Harold Salinas Arboleda

Introducción

La denominada cultura de convergencia (Jenkins, 2008) ha traído aparejada una serie de reconfiguraciones en la manera de generar y consumir contenidos. Desde el inicio de la comunicación masiva –lo que los teóricos de la Escuela de Fráncfort denominaron industrias culturales²–, los públicos

1 Una versión preliminar del presente texto se publicó en las memorias del XVI Congreso IBERCOM, Comunicación, violencias y transiciones. La versión actual, ampliada y revisada, hace parte del proyecto Retórica, semiótica y comunicación de las formas culturales de la diversidad, financiado por el Centro de Investigación para el Desarrollo y la Innovación (CIDI) de la Universidad Pontificia Bolivariana, y adscrito al Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU) de la misma universidad.

2 Nos situamos en las industrias culturales por propósitos argumentativos; sin embargo, no desconocemos que desde que hay ser humano, es decir, desde que se interpreta el mundo y se lo ha hecho texto, siempre ha habido una agencia en la interpretación, nunca ha habido destinatarios puramente pasivos. En palabras de Scolari: "La inter-

han sido activos y críticos frente a los productos que se les proponen (Scolari, 2013). Es el caso de las cartas que escriben los lectores a los directores de los periódicos expresando sus reparos ante la información emitida, o de las llamadas a las emisoras radiales que van desde algo tan simple como la solicitud de la canción de moda hasta la expresión de las opiniones frente a las noticias que se emiten.

En esta era digital, con el desarrollo de los dispositivos móviles –el teléfono inteligente³ por antonomasia– los usuarios tienen, literalmente al alcance de la mano y de su pulgar, la posibilidad de generar sus propios contenidos, lo que ha llevado a los teóricos a proponer el concepto de «prosumidor». Este concepto, en sí mismo, demuestra dos cosas: por un lado, que la acción de los públicos a los que tradicional y anteriormente se asumía como pasivos, invisibles o susceptibles de ser instruidos encuentra un lugar de resonancia para que sus ideas retumben con una fuerza antes imposible; por el otro, que pareciera haberse erosionado el lugar de verdad de las instituciones informativas tradicionales que, a través del prisma de la ilustración, se sentían con la potestad para decidir agendas, ponderar los temas de interés y enseñarles a los destinatarios de qué valía la pena hablar o qué era fruslería. Hoy, cada fibra, cada microfibra del entramado social reverbera, habla, se hace oír; cada prosumidor se siente legitimado para ejercer su derecho de decir lo que a bien le

pretación de un texto, ya se trate de una telenovela latinoamericana, de un episodio de la serie *Columbo* o de una película de Bergman, es siempre un proceso activo, cooperativo e impredecible" (2013, p. 247). Recuérdese el dato de cómo inicia la lengua castellana en las glosas monacales a los textos canónicos. Leer nunca ha sido una recepción rasa.

- 3 Exponemos el caso del teléfono inteligente como evidencia de un síntoma contemporáneo, en el que los desarrollos tecnológicos se insertan en las lógicas de producción y generan en el usuario el imperativo de que debe participar, de que debe estar conectado. A propósito de la manera como se imbrican los desarrollos tecnológicos y las formaciones sociales, Manuel Medina, en el prólogo al libro *Cibercultura* de Pierre Lévy, afirma: "Las tecnologías no se entienden como meros artefactos y dispositivos técnicos materiales sino como Sistemas socio-técnico-culturales (SSTC), o sea, entramados de agentes, prácticas y entornos tanto materiales como simbólicos y organizativos. Las innovaciones y el cambio tecnológico no se tratan como la consecuencia necesaria de un proceso cerrado y predeterminado de desarrollo tecnológico sino como el resultado de un proceso de innovación, estabilización y transformación socio-técnico-cultural" (Lévy, p. xvi).

viene en gana. El concepto de auctoritas (autoridad) se ha diluido en esta algarabía del ágora digital.

En este bullicioso bazar –donde en cada segundo se encuentran en oferta trinos, historias, perfiles de Instagram, videos, entre muchos otros– una de las manifestaciones que alza la voz y que aprovecha para cundir y viralizarse anónimamente, disimulada entre esta polifonía, es la del meme. De esta voz nos ocuparemos en este texto.

Proponemos entender el meme como un dispositivo semiótico-retórico que abordamos desde cuatro perspectivas analíticas: en primera instancia, la cultura de convergencia (Jenkins, 2008); en segundo término, desde la cultura de la participación de los usuarios o de los contenidos generados por los usuarios (Carlón y Scolari, 2012); después, desde la lógica de la reescritura o del palimpsesto (Genette, 1989); y, en último momento, el poder crítico de la risa (Bajtín, 2003).

Conceptos para una retórica del meme

No nos ocupan aquí el origen de la palabra meme⁴ ni los debates conceptuales acerca de la pertinencia del concepto endilgado a Dawkins. Nos interesa, más bien, lo que en nuestras cavilaciones hemos sabido denominar la «memeidad» del meme. Tenemos claro

4 El meme, tal como se lo evidencia actualmente, debe su nombre a un neologismo procedente de la noción homónima planteada por Richard Dawkins en su libro *The selfish gene*, publicado en 1976, y, a su vez, a un mal calco del vocablo griego μίμημα (mímēma) para aludir al acto de imitación o acaso a una mala pronunciación del término griego μνήμη (mnēmē: memoria). No falta quienes hayan intentado adjudicarle otra nominación, como la de lol (*laughing out loud*), puesto que homologar al meme con lo que Dawkins quiso explicar acaso sea algo injusto o no se ciña del todo, porque la misma propuesta de Dawkins tuvo variaciones, ajustes e imprecisiones o porque ha recibido serias críticas. Aceptemos por ahora el nombre de meme que los usuarios mismos han acogido sin problemas y de donde nominaciones para las posiciones de producción o almacenamiento de memes, la del memista, derivan ya inexorablemente. Para una arqueología bastante completa del concepto en cuestión y de sus aplicaciones en la semiótica, véase la tesis de maestría de Natália Botelho Horta (2015), *O meme como linguagem da internet: Uma perspectiva semiótica*.

que este tipo de entificación –entiéndase volver lo nombrado un concepto totalizante– genera sospecha; con este recurso han jugado la religión, la filosofía y hasta la política para establecer significantes de verdad en la cultura. Cualquier cosa puede ser entificable debido a la condición eminentemente poética del lenguaje⁵. Sin embargo, nosotros denominaremos memicidad del meme no a una idea eterna ni a un arquetipo, tampoco a una entidad metafísica al estilo platónico, sino, simplemente, a la condición de inclusión en la cultura de un modus, de un nuevo dispositivo para expresar algo en la cultura y que implica una utilitas (utilidad) en esa cultura.

Toda creación humana supone, necesariamente, una textualidad para otros humanos; es justamente esta condición innegociable la que legitima un acercamiento desde la semiótica: en todo lo humano yace un texto que reclama una interpretación, una hermenéutica. Esta memicidad –textualidad de nuestra época– reclama, bajo sus propias condiciones de producción, un análisis de su retórica particular. Entendemos por retórica todo aquello que se articula, que adquiere una especie de consistencia en virtud de unos códigos particulares. En suma, es un principio básico de la semiótica: donde hay códigos adviene un sistema con unos respectivos lugares y unas funciones con elementos que, cumpliendo su función en su lugar, tienden a la sinergia del sistema total. Es decir, allí donde hay código, hay, necesariamente, una retórica, unas lógicas, una exhortación a un modo particular de leer y de interpretar. La memicidad del meme alude, entonces, a la retórica que lo hace consistir.

Cada época construye sus sistemas, sus órdenes y sus estructuras, los cuales suponen unas retóricas particulares. Proponemos hablar de retóricas, en plural, para evitar un reduccionismo de la comprensión de la retórica cuando se la asume en singular para no correr el riesgo de presumirla como un modelo ideal, invariable o arquetípico; las retóricas son como el lenguaje mismo: siempre contingentes, dinámicas, vivas y creativas. En consecuencia, las nociones del mundo, las lógicas de las instituciones, inclusive aquello que se considera risible o serio, autorizado o subversivo, lo que emerge

5 El lenguaje, al estar alejado de lo real, al no poder más que señalarlo, nominarlo o apenas conjeturarlo –como diría Nietzsche en su texto *Sobre la verdad y la mentira* (2011) para apenas acariciar el dorso de las cosas– está conminado a metaforizar, a crear mundo, a interpretarlo, a hacer aparecer un ejército de metáforas.

como resistencia o cinismo, depende de la historicidad de estas retóricas. Hablar de pluralidad nos convida al reconocimiento de múltiples modos y fenómenos. Detenernos en uno de esos fenómenos nos permite advertir y hablar de una retórica singular. En este momento nos ocupa una retórica específica, la que ya hemos declarado como la memeidad del meme.

¿Qué conforma, pues, la retórica del meme si lo que hemos expresado hasta aquí pareciera no revelar aparentemente nada extraordinario? Digámoslo de manera explícita: si algo hay de nuevo –preferimos decir novedoso– en el meme como dispositivo –y, por ende, en su memeidad–, es la resultante de la sumatoria, por un lado, de unos elementos que hemos dado en llamar coyunturales-históricos y, por el otro, de unos elementos estructurales-constitutivos presentes a lo largo de la tradición occidental en sus diferentes manifestaciones artísticas, estéticas y políticas, los cuales producen su dimensión retórica en términos estrictos.

Elementos coyunturales-históricos

Abordemos primero sus elementos coyunturales-históricos: inicialmente tenemos el desarrollo de la Red desde las cavilaciones de Vannevar Bush para generar el Mémex, pasando por el envío unidireccional de la Web 1.0 y llegando hasta la actual Web 2.0 con todas sus potencias. En segundo lugar, y como consecuencia del fenómeno anterior, la posibilidad de que aparezca la cultura de convergencia. En ella emerge nuestro tercer elemento coyuntural-histórico: la generación, o al menos el debate, de nuevos modos de converger, como son el prosumidor, el fan o el produsuario, que intentan dar cuenta de los nuevos fenómenos de comunicación e interacción mediática e informática, puesto que los antiguos conceptos de las teorías clásicas de la comunicación parecen, si no agotados, al menos estrechos. Finalmente, la vertiginosa sofisticación de los dispositivos móviles, cada vez más intuitivos y amigables –y del cada vez más eficiente y complejo ecosistema mediático con sus respectivas lógicas de vigilancia y control–, permite a este nuevo tipo de ser humano generar, en tiempo real, sus propios contenidos y responder a los cientos de estímulos de su mundo.

Al insertarse en la vida colectiva, cualquier tecnología —en este caso, la Red—, opera materializándose como un objeto o una técnica que encarna nuevos significantes; de esta forma, entra a ser parte de un sistema significativo que reconfigura las dimensiones humanas fundamentales, lo que deriva en que prácticamente todos los significantes del mundo que se venían habitando muten definitivamente (Jenkins, 2008). A guisa de ejemplo, traemos a colación el videojuego Tetris (1985), en donde de la nada caen estas figuras llamadas «tetrominós» que hay que acomodar en el espacio determinado por la pantalla. Cuando uno de ellos se acomoda —o incluso, cuando no encaja—, todo el espacio con los tetrominós se reordena. Así pues, las tecnologías, cual tetrominós-significantes, reelaboran la pantalla de la cotidianidad. Nuestros días no son la excepción: las nuevas tecnologías digitales redimensionan lo que se venía entendiendo por espacio, tiempo, ser humano y, por ende, las relaciones fundamentales de la moral, la presencia, la ausencia, la sexualidad, como también los usos, las costumbres y las apropiaciones de la información⁶.

La cotidianidad del ser humano contemporáneo está mediada por la Red tanto como las épocas remotas lo estaban por el fuego, la nave, la lanza y la lira. Quizá, como lo anticipaba Foucault en el prefacio a *Las palabras y las cosas* (1968), atestiguamos hoy un nuevo pliegue que está haciendo aparecer una nueva humanidad. Lo más seguro es que no seamos nosotros mismos hoy quienes podamos comprender en qué consistirá este cambio ni qué consecuencias habrá de traer para nuestra especie.

Sin embargo, podemos afirmar que hoy las relaciones convergen de modo distinto, se significan distinto. Ahora nuestras interacciones, desasidas de la inmediatez espaciotemporal, no son solo de uno a uno, sino de uno a muchos, de muchos a muchos y de muchos a uno. El deseo individual se hace imperio y rige las mane-

6 Manuel Medina, en el ya mencionado prólogo al libro *Cibercultura*, da cuenta de cómo desde la perspectiva de los Estudios socio-técnico-culturales (ESTC) no hay una preeminencia de lo técnico sobre lo simbólico ni sobre lo pragmático de la existencia social, pues allí se concibe "la idea de la inseparabilidad de técnica y cultura, dado el carácter esencialmente técnico de la cultura y el carácter cultural de la técnica. La cultura no se entiende meramente como un sistema de símbolos que configuran la comunicación y la acción social, sino como un sistema de símbolos, prácticas y artefactos" (Lévy, 2007, p. xvi).

ras en las que entramos, intervenimos, participamos y salimos de la Red para apropiarnos de la información, para perder tiempo –expresión propia de la lógica de la productividad– husmeando la vida de los demás, para escuchar música, para participar en los debates políticos del día, para divertirnos consumiendo series en Netflix o, simplemente, para producir, reenviar o ver memes. La Red reconfigura las nociones de lo popular y dispensa otras ficciones de existencia (en el mundo actual pareciera que estar conectado coincide con existir y participar), así como de lo lícito y de lo ilícito (hay dark webs en donde intentamos, vanamente, eludir la mirada de lo legal).

La Red, como nueva ágora cada día menos elegible y cada vez más obligatoria, permite nuevos modos de relación, nuevas economías, nuevos modos de circulación y producción de la información, nuevas maneras de converger. Hay un nuevo humano, un nuevo ciudadano, unos nuevos cínicos. Unos ven mundos llenos de poder y de control, poblados de big data, el nuevo yacimiento desde donde nos averiguarán e interpretarán los arqueólogos futuros; otros, unas posibilidades de relación, de cooperativismo y de comercio; por último, otros más advierten oportunidades de subvertir la norma, de crear arte y de hacer nuevos cinismos, entendidos estos últimos como el señalamiento punzante y la denuncia constante de las metáforas que la cultura se ha tomado en serio, metáforas con las que se ha ordenado el mundo, con las que se juzga a los demás y hasta por las cuales alguien estaría dispuesto a matar por defenderlas e imponerlas.

Es en este nuevo paradigma donde emerge ese fenómeno denominado cultura de convergencia (Jenkins, 2008). Este es el segundo aspecto coyuntural-histórico que nos ocupa. Hoy, tal como puede inferirse de lo dicho, hay nuevos modos de encontrarse y de relacionarse, los cuales son, según Jenkins, la convergencia mediática, la cultura participativa y la inteligencia colectiva.

En primer lugar, la convergencia mediática declara la disolución y reconfiguración de las fronteras tradicionales entre emisores y destinatarios, entre medios, canales, lenguajes y formatos. El centro de poder se ha derretido y licuado (Bauman, 2009) hasta el punto de que no podemos estar seguros de que cuando mentamos a los medios podamos dar por sentado que la gente entiende de inmediatez a los viejos medios de comunicación como la prensa, la radio o la televisión. Allí donde antes parecía que ningún medio interfería en

el terreno del otro, advertimos que cada vez se mezclan más, no solo los mismos medios generando nuevas mediaciones (Martín-Barbero, 1991), sino también los lenguajes, los formatos y los alcances de producción, consumo e intervención.

En medio de este licuado convergente se inscribe una nueva cultura de la participación en donde germinan y cohabitan algunos nuevos modos de ser-estar en el ágora digital, las voces de ese bazar bullicioso que el uso común y la academia, aún vacilantes, han intentado llamar ora prosumidor, ora fan, ora produsuario; este es el tercer elemento coyuntural-histórico que hace parte de nuestra lectura. Al igual que como en párrafos anteriores dijimos sobre el meme, no discutiremos ahora los alcances de estos términos, los debates conceptuales que han suscitado o la posibilidad siquiera de que sean los únicos modos posibles. Sin embargo, apelaremos, de aquí en adelante, a la figura que, a nuestro parecer, aglutina la mayor cantidad de significantes: la del fanático o fan, un devoto de la tecnología y diestro con ella; un ocioso lo bastante ocupado para invertir tiempo y dinero en consumir, analizar, discutir y crear nuevos contenidos; un amante celoso que vela por los relatos que venera; un curador de un museo que exhibe y cuida las reliquias de su cultura; un reyezuelo en su solio que señala lo que considera deleznable o plausible; un cínico guasón que se mofa del orden de un mundo menor al que él podría destruir o dignificar con su noción de orden superior.

Empero, este fan no está solo. Como él, hay miles dispuestos a afiliarse en comunidades de interés para, con otros aparentemente desocupados, divertirse cocreando contenidos, parasitando los canales, profanando estéticas para consagrar otras y, quizás sin proponérselo como objetivo primario, llegar a generar nuevos modelos de negocio, nuevas narrativas, nuevas tendencias, nuevas estéticas; en suma, nuevas formas de participación.

Cada uno de estos fanáticos, no importa cuál sea el lugar donde se encuentre, bien sea su oficina, su cuarto, su estudio, el autobús o un cafetín, enciende su computadora o su dispositivo móvil y a través de su pequeña 'window', figonea –pondera la temperatura del momento digital– y, así entonces, decreta entre alaridos de bytes, cual nomoteta, su ¡comuníquese y cúmplase! Todo ello bajo la ordenanza de un sutil y repetitivo movimiento de su dedo índice: el clic.

Con este clic arribamos al último elemento coyuntural-histórico: la sofisticación de los dispositivos móviles inteligentes. Nunca antes en la historia de la humanidad habíamos tenido una tecnología tan al alcance de la mano. Los dispositivos que para su uso demandaban casi el mismo conocimiento de los ingenieros que los habían desarrollado, como acontecía con el sistema DOS en los computadores, han cedido su lugar a unos aparatos pensados para satisfacer las necesidades de amigabilidad, intuitividad y usabilidad propias de la interacción en los ambientes digitales.

Es así como a finales de la primera década del siglo XXI aparecen los teléfonos inteligentes que enriquecen y alteran el modo de usar y comprender esos aparatos y su influencia en la vida diaria: seguimos llamando teléfono a un dispositivo que es mucho más que un mero teléfono, así como seguimos denominando folio o página en los procesadores de texto a lo que ya no lo es. Un teléfono inteligente, con su constelación de aplicaciones, sirve para escanear textos, para tomar fotografías de alta resolución, para hacer videos, editarlos y subirlos a la Red, para revisar y contestar el correo electrónico, para ingresar a las redes sociales y participar en ellas, para jugar, para enterarse del estado del tiempo y del tránsito, para generar memes y stickers, para procesar textos, para ligar, para comerciar productos y servicios, para teletrabajar, para consumir pornografía y ver películas o series. El nuevo ser humano permitido por esta sofisticación tiene el mundo al alcance de los movimientos de su pulgar, hecho por el cual Serres (2016) lo denomina Pulgarcito o Pulgarcita.

Recapitulando: hasta aquí nos hemos ocupado de los elementos coyunturales-históricos. Recordemos que éstos, como hemos tratado de demostrar, dependen de una época determinada y de unas contingencias históricas particulares. De aquí en adelante plantaremos los elementos estructurales-constitutivos, los cuales aparecen persistentemente en muchas manifestaciones artísticas, estéticas y políticas a lo largo de la historia de Occidente y que, justamente, se actualizan, se revitalizan y se resignifican en cada coyuntura histórica. Dicho de otro modo, dependen de los elementos coyunturales-históricos para manifestarse e instalarse en la cultura.

Elementos estructurales-constitutivos

Si bien en el caso de los elementos coyunturales-históricos hallamos entre ellos relaciones de causa-efecto, en el de los elementos estructurales-constitutivos la relación es de constancia, es decir, de conjunción y de interdependencia funcional. Si alguno de los elementos faltara o si alterara su función, no habría sistema-meme tal como lo entendemos. Recuérdese la noción de estructura de Saussure en la cual las partes mínimas discretas se correlacionan conforme con el código en pos del sistema en pleno. Luego, consideramos que los elementos que consisten en el meme son la remezcla, la intención hilarante y la economía expresiva asociada a la celeridad de su publicación.

El concepto de remezcla o remix tiene sus orígenes en el ámbito musical cuando, por allá en la década de los 70 del siglo XX, algunos disc-jockeys se aventuraron a salir de las cabinas radiales para jugar con los tornamesas, los discos de acetato, las consolas y los mezcladores que les permitían subvertir las sonoridades creando in situ –usando fragmentos de melodías existentes y efectos técnicos novedosos como las distorsiones o juegos vocales con el micrófono– nuevas astucias musicales, un nuevo pandemónium de ridículas estridencias⁷ que revolucionaron el mundo de los clubes de baile y los espectáculos en vivo invitando al paroxismo de las masas.

Más tarde, los estudiosos de la comunicación extrapolaron el vocablo y siguieron usándolo para referirse a los procesos propios de la convergencia mediática que, como ya hemos dicho, permiten la hibridación de lenguajes, formatos, canales y estéticas. Una definición similar de la remezcla la propone Bourriaud (citado por Scolari):

7 En el libro intitulado *Un pandemónium de ridículas estridencias. Consumos musicales y representaciones sociales durante La Violencia en los Llanos Orientales y Tolima (1942 - 1965)*, el profesor Hugo Buitrago (2022) trabaja el concepto de *músicas viajantes*, las cuales producían sincretismos que contrariaban las ideas aristocráticas y morales de las élites y mostraban una cultura mestiza, viva y llena de influjos que no podían más que ser asumidas como deleznable por aquellas clases sociales. Ello nos revela una incomprensión del fenómeno social que bullía en el momento. De igual modo, nosotros planteamos que con los fenómenos de la remezcla y de la emergencia de los DJ, se dio un proceso análogo de incomprensión que, al final, terminó permeando y encauzando el rumbo musical de la cultura pop.

Un número cada vez mayor de artistas interpretan, reproducen, re-exponen o utilizan obras realizadas por otros o productos culturales disponibles. Ese arte de la posproducción responde a la multiplicación de la oferta cultural, aunque también más indirectamente respondería a la inclusión dentro del mundo del arte de formas hasta entonces ignoradas o despreciadas. Podríamos decir que tales artistas que insertan su propio trabajo en el de otros contribuyen a abolir la distinción tradicional entre producción y consumo, creación y copia, *ready-made* y obra original. (2013, p. 249)

En últimas, y en nuestros términos semióticos, una remezcla consiste en traer significantes de otros contextos para conjuntarlos en un espacio nuevo, con lo cual aparece una escritura en segundo grado, un *palimpsesto* (Genette, 1989). Abundan ejemplos de ello en la historia de las artes: Virgilio con la *Eneida* y Joyce con *Ulises* remezclan a Homero, García Márquez con *Memorias de mis putas tristes* remezcla a Kawabata, Tarantino con *Bastardos sin gloria* apela a la parodia –una de las formas de la intertextualidad– para resignificar el fin de la cúpula nazi en la Segunda Guerra Mundial.

Asimismo, un meme es, en esencia, remezcla; por ende, es uno de los palimpsestos contemporáneos. Todo meme se configura sobre la base de la intertextualidad: “Una relación de copresencia entre dos o más textos, es decir, eidéticamente y frecuentemente como la presencia efectiva de un texto en otro” (Genette, 1989, p. 10).

Desde principios del siglo XX el concepto de texto constreñido exclusivamente a la escritura y al libro entra en crisis. Por un lado, la emergencia de la semiología saussureana y de la semiótica peirceana actualizan la concepción moderna del signo, en donde se comprende que todo fenómeno que para el humano significase algo podría ser entendido como un signifiante en sí mismo. Años más tarde, Umberto Eco (2010) extendería la noción de texto a la cultura misma: la cultura, pues, puede comprenderse como un gran texto vivo en donde todos nos reescribimos a diario. Por otro lado, los avances estéticos y tecnológicos, como las vanguardias artísticas, la fotografía, el cine y la música, aportaron lo suyo, haciendo que las viejas fronteras de la noción del texto y de realidad tambaleasen y hubiese la necesidad de pensar en múltiples textualidades, múltiples escrituras y múltiples lecturas.

Ahora bien, una vez asumida la noción de texto en sentido amplio, la intertextualidad no queda referida estrictamente a los textos escritos u orales, sino, como ya lo hemos dicho, a la posibilidad de convergencia de múltiples formatos y lenguajes. Por ello, la noción de intertextualidad propuesta por Genette igualmente se amplía. Es decir, la remezcla posible en el meme y en la intertextualidad que lo conforma es la resultante de la extrapolación de por lo menos dos significantes –sea de imágenes, de imágenes y letras o de video-mezclas– que se recontextualizan con una intención: hacer reír.

Hemos llegado así al segundo elemento estructural-constitutivo del meme: la mofa. Lograr la risa en el destinatario supone una complicidad ante la posición de verdad del memista-emisor: en la voluntad del emisor subyace una petición de entendimiento y de coalición ante una compleja hermenéusis del mundo; con sus memes propone una versión de mundo (Goodman, 1990) hecha a la medida de su risa. Reír implica degradar el blanco de la carcajada y señalar en él lo absurdo de los estatutos que rigen su orden y las creencias que propone como serias, tal como lo afirma Bajtín:

La risa posee un profundo valor de concepción del mundo, es una de las formas fundamentales a través de las cuales se expresa el mundo, la historia y el hombre; es un punto de vista particular y universal sobre el mundo, que percibe a éste en forma diferente pero no menos importante (tal vez más) que el punto de vista serio. (2003, p. 61)

Quien ríe, estribado en un sentimiento de superioridad transitorio, se autoriza en su esquina a criticar y a destripar el mundo. Sin embargo, este engrimiento fugaz sólo es posible porque, paradójicamente, en algún otro momento quienes ríen, tanto el emisor como el destinatario, cual reyezuelos, habían sido destronados; es decir, reír supone haber padecido las vejaciones de la risa del otro. Parafraseando a Baudelaire (1989), sólo ríe el ángel caído.

El productor de memes, como cualquier otro humorista – Aristófanes, Luciano de Samosata, Rabelais, Jaime Garzón –, se atreve a lanzar su gracejo precisamente porque él mismo, previamente, hubo sentido la afectación de la risa en sí y hubo sido presa de su propio ingenio; rio antes que el destinatario y, al tomarse como justa medida, se atreve así a lanzar su chanza aun a sabiendas de

que, aunque obtenga aliados, también conseguirá la animadversión de otros cuantos. El meme, como cualquier producto humorístico, adquiere un tenor político, pues supone posiciones y obliga a tomar posición: abre la posibilidad para el asentimiento, el debate, el disenso, la resistencia, la molestia y los reclamos virulentos. El humor, tal como insiste Bajtín, “convierte en un juego alegre y desenfadado los acontecimientos que la ideología oficial considera como los más importantes” (2003, p. 81).

Entendemos lo político en su sentido más amplio: como participación en el debate público y como asunción de una posición cada que hay un encuentro con otro al que se reconoce como igual. De la misma manera, asumimos el término ideología oficial, no constriñéndolo necesariamente a los estamentos oficiales como la Iglesia o el Estado –lugar que ocupan en la obra citada de Bajtín–, sino como la vasta posibilidad de que en la vida cotidiana aparezcan ciertos significantes que se toman por serios, verdaderos o rectores. Sin importar en qué época se dé, el humor señala y deliberadamente pone en tensión esta sensación de verdad que se deriva de todo significante.

Pasemos al tercer y último elemento estructural-constitutivo del meme: su economía, que, por un lado, puede ser comunicativa, y por el otro, estructural. En cuanto a la primera, puede decirse que se trata de una economía retórica fundamentada en tener un máximo efecto comunicativo confiando en que, con un mínimo esfuerzo expresivo por parte del emisor, el destinatario interprete el mensaje con un mínimo esfuerzo cognitivo (Sperber y Wilson, 1994). Con respecto a la economía estructural, podemos declarar que esta radica en reunir el mínimo número de elementos –al menos dos– para producir el efecto de risa del que ya se ha hablado. El meme es un texto multimodal en cuanto que los elementos que en él convergen –imágenes, textos, video-mezclas, sonidos– no permiten una lectura por separado y, además, porque aquel ha de poder interpretarse con la celeridad de un vistazo convirtiéndose así en un icono. El meme –en esta época de la hipervelocidad y la eficiencia– es una instantánea, un destello mínimo de imagen. Hoy en día, el meme se asemeja, por su brevedad, a otras formas preexistentes, como la caricatura, el refrán o el aforismo.

Esta economía intertextual no es nueva y se evidencia, por dar un ejemplo, en la serie de trece xilografías reformistas *Pasión de Cristo y el Anticristo* (1521) de Lucas Cranach el Viejo, en la cual

el artista elabora una estructura dual que muestra al lado izquierdo de cada grabado una escena bíblica sobre la vida de Cristo, mientras que, al lado derecho, la pieza se dedica a ilustrar los excesos y extravíos en los que habrían incurrido el papado y la Iglesia católica. En esta estructura se remezclan imágenes acompañadas ya con textos bíblicos, ya con decretos papales, ya con sentencias de la época. Así entonces, el lector del siglo XVI tenía ante sus ojos una crítica mordaz en la que se veía, verbigracia, a Jesús expulsando a los mercaderes del templo mientras en el otro lado contemplaba cómo la Iglesia se lucraba de los excesivos impuestos que el pueblo debía pagar; no en balde para algunos teóricos de la historia de la comunicación, como Vázquez Montalbán (2000), postulan que en este tipo de grabados se hallan los antecedentes de la caricatura moderna.

Esta economía, que en apariencia podría confundirse con simplicidad, es, por el contrario, bastante compleja, puesto que permite la difusión casi inmediata —célere— de estructuras mínimas replicables, modificables y reutilizables por los múltiples prosumidores. Por ejemplo, existe el meme de la rana René o Kermit the frog, personaje de Los Muppets. Su estructura es sencilla: consiste en una imagen que muestra a la rana junto con dos textos que declaran tres momentos anímicos: el primer texto da cuenta del primer momento anímico y comienza siempre con la fórmula “A veces...” que introduce un anhelo; el segundo texto se vincula al primero con un conector de yuxtaposición como “...pero me acuerdo de que...” o “luego me acuerdo de que...” que revela el segundo estado de ánimo, lo cual devuelve a la voz narradora al principio de realidad, desmoronando la posibilidad de la realización de su deseo para entonces finalizar con el comodín “...y se me pasa”, tercer momento anímico, que deja al anhelante con un sinsabor como le acontece a la zorra de la fábula de Esopo cuando afirma “¡Al fin y al cabo esas uvas estaban verdes!”, o como lo expresaba nuestro querido Chavo del Ocho: “¡Al cabo que ni quería!”.

Enunciemos dos ejemplos de este meme: “A veces quisiera borrarte para siempre de mi vida / luego recuerdo que te firmé como aval en un crédito / y se me pasa” y “A veces quisiera no ir a clases / luego recuerdo que soy el profesor / y se me pasa”.

La dimensión política y crítica de los memes que hemos tomado como ejemplo no se sustenta en temas aparentemente importantes en términos noticiosos, sino en la cotidianidad de cualquier

sujeto que debe padecer las consecuencias del sistema social en el que vive. En el primero, se acaba el amor, pero la instancia narrativa queda supeditada a las obligaciones mercantiles que la obligan a tener que seguir relacionándose con la persona otrora amada; en el segundo ejemplo se revela otro sujeto, un profesor, a quien se le supone ser un ejemplo de virtud, de puntualidad y de responsabilidad quejándose, ya sea por cansancio o por tedio, de las obligaciones con las que se ha comprometido y a las que no puede rehuir. Básicamente, este meme revela el clamor del hombre cotidiano escindido entre la lucha por obedecer a su deseo o al principio de realidad que lo trunca.

La primera vez que alguien tuvo la idea de publicar este meme sentó las bases para su retórica particular, y es gracias a ello que los prosumidores, a su vez, compartiendo estos códigos comunes, pueden difundirlo, enriquecerlo, reutilizarlo y generar nuevas estructuras derivadas de aquél. A esto nos referimos cuando aludimos a la memeadad del meme, a una multiplicidad de estructuras, a una multiplicidad de retóricas, que gracias al fenómeno de la viralización circulan a disposición del próximo produuario.

El meme, dispositivo humorístico como alternativa a la violencia

A manera de conclusión, retomemos el tema del humor y la risa para revisarlo en su dimensión de ejercicio de violencia simbólica. El intento de generar la risa en el espectador, uno de los objetivos del meme, implica resituar las reglas de lo cotidiano y revelar las fantasmagorías de la seriedad. Hay, pues, una intención cínica en el acto de producir memes.

Hacer reír no produce siempre, como pudiera pensarse a simple vista, un efecto de agrado colectivo. Hacer reír supone que unos se diviertan a costa de someter al ridículo a otros; en otras palabras, el mundo queda escindido entre quienes pueden reír y aquellos que son burlados. En todo caso, en ambos lados se produce un entendimiento común: tanto quien ríe como quien es ridiculizado comprenden el objeto de la risa a pesar de que el efecto sea diferente;

por un lado, aparece la satisfacción por la sensación de superioridad y del otro, el enojo y la sensación de menosprecio. Hacer reír, entonces, supone convidar a pensar, criticar y subvertir, y también someter al escarnio y a la degradación. Ello redundaría en zandear las lógicas de verdad establecidas y, por ende, los ánimos de quienes se han identificado con ellas. Lo risible no será el otro por ser lo que es, sino por haberse creído verdadera y seriamente eso con lo que se ha identificado, con lo que ha definido sus verdades y lugares en el mundo.

Producir memes, querer generar la risa, propende hacia un cinismo positivo, hacia un kynismo pensante, insolente y propositivo que insta un diálogo no platónico, como expone Sloterdijk: “En su insolencia hay un método digno de descubrirse. [...] En el kynismós se encontró una forma de argumentar con la que el pensar serio no ha sabido qué hacer hasta hoy” (2003, p. 175). El cínico se ríe de la confianza ciega que el ser humano ha depositado en los marcos lógicos y en sus verdades establecidas para recordarnos, como diría Nietzsche (2011), que las verdades son ilusiones de las que nos hemos olvidado que lo son y que nuestras metáforas son una ficción moral que no podemos dejar de habitar. Así, este cinismo propone que siempre se puede ser de otro modo, que siempre pueden revisarse las metáforas de la verdad colectivas e individuales. Nosotros mismos somos la ilusión que debe recordar, ojalá jovialmente, que no somos lo que creíamos ser, pero que podemos proyectarnos del modo que queramos, sin ciega severidad. Despertar querrá decir, cínicamente, reír ante la ilusión de la verdad. Se puede vivir riendo y haciendo reír, sin sentirse insultado por ello; el humor –como acto cínico– trae aparejado, por una parte, una dosis de agresión que pasa por lo simbólico, pero, a su vez, una propuesta de convivencia.

La risa ha estado presente a través del tiempo en la historia de la humanidad. La risa nos constituye y nos diferencia del resto de los animales, como afirmaban los medievales. Ella se ha erigido como un modo de opinar, de criticar y de resistir, produce molestias e incomodidades y agrade vanidades. En toda risa hay un ejercicio de sana expresión, pero también de violencia.

No obstante, esta violencia, si no positiva, por lo menos se sostiene en el terreno del forcejeo simbólico, como se dijo más arriba, en una posición necesariamente política que reconoce al otro como destinatario y del cual se espera una respuesta en el mismo campo de

batalla: las ideas mismas. El buen humorista siempre ve en el otro, inclusive en aquel que es blanco de sus dardos, a un interlocutor tan digno que vale la pena prestarle la atención suficiente y tomarse el tiempo para retarlo con su chanza. Querer producir la risa implica estar situado en el teatro del mundo, en el ágora del momento histórico en el que haya tocado vivir para contribuir a las discusiones, para invitar a pensar, tal como lo recalca Martha C. Nussbaum: “el efecto cómico [...] radica en la percepción súbita de nuestra realidad desde otro punto de vista” (1995, p. 239). La intención cómica, pese a tener un punto de vista disímil al de las posturas serias, resulta tan válida y necesaria como aquellas.

La risa es democrática, al menos en el sentido en el que la hemos expresado. Una sociedad que reprima la risa es en sí misma violenta y desdeñable, pues revela que no está preparada para permitir el derecho a la libre expresión de sus ciudadanos, pero sí para imponer, inclusive a sangre y fuego, una única verdad.

En estos tiempos de indignados fáciles, de morales políticamente correctas y de mundos recortados al antojo de cada quien, no es extraño encontrar en redes sociales, en declaraciones públicas o en conversaciones cotidianas expresiones que exhortan a la aniquilación del otro, a la negación de la risa o a la incitación a la guerra. Preferimos a un memista, igual que al buen humorista, atento a la realidad cotidiana dándonos de qué hablar, sobre qué opinar desde esa otra orilla, la del humor.

Referencias

- Bauman, Z. (2009). *Comunidad: En busca de seguridad en un mundo hostil*. Siglo XXI.
- Bajtín, M. (2003). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento: El contexto de François Rabelais*. Alianza Editorial.
- Baudelaire, C. (1989). *Lo cómico y la caricatura*. Gráficas Rogar.
- Botelho, N. (2015). *O meme como linguagem da internet: Uma perspectiva semiótica*. [Tesis de maestría, Universidad de Brasília]. UnB.
<https://repositorio.unb.br/handle/10482/18420>

- Buitrago, H. (2022). *Un pandemónium de ridiculas estridencias. Consumos musicales y representaciones sociales durante La Violencia en los Llanos orientales y Tolima (1942-1965)*. UPB.
<https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/9954>
- Carlón, M. y Scolari, C. (comp.) (2012). *Colabor_arte: Medios y artes en la era de la producción colaborativa*. La Crujía.
- Eco, U. (2010). *Tratado de semiótica general*. Random House Mondadori.
- Foucault, M. (1968). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos: La literatura en segundo grado*. Taurus.
- Goodman, N. (1990). *Maneras de hacer mundos*. Visor.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Paidós.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. Anthropos.
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gilli.
- Nietzsche, F. (2011). Sobre la verdad y la mentira. En *Obras completas, vol. I. Escritos de juventud*. Editorial Tecnos.
- Nussbaum, M. (1995). *La fragilidad del bien: Fortuna y ética en la tragedia y la filosofía griega*. Gráficas Rógar S.A.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Sloterdijk, P. (2003). *Crítica de la razón cínica*. Siruela.
- Serres, M. (2016). *Pulgarcita*. Fondo de cultura económica.
- Sperber, D. y Wilson, D. (1994). *La relevancia*. Visor.
- Vázquez Montalbán, M. (2000). *Historia y Comunicación Social*. Literatura Random House.