

Capítulo II - La ciudad en narrativa meme El meme en los espacios sonoros

Armando Grijalva-Brito

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

GRIJALVA-BRITO, A. El meme en los espacios sonoros. In: MEDRANDA-MORALES, N., and VALBUENA-BEDOYA, N., coords. *Comunicación y ciudad: lenguajes, actores y relatos* [online]. Quito: Editorial Abya-Yala, 2020, pp. 195-214. Reflexiones de la comunicación series. ISBN: 978-9978-10-570-2.
<http://doi.org/10.7476/9789978105702.0014>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

El meme en los espacios sonoros

Armando Grijalva-Brito

El meme, en las redes sociales, es uno más de los recursos expresivos del amplio repertorio común que se usa en los territorios digitales. El meme es un conjunto de signos que son reconocidos al interior de un sistema de significación que les otorga sentido, dicho de otra manera: el meme es usado por un grupo de personas que tienen vínculos de comunicación, ellos se apropian y reinterpretan el conjunto de signos que pueden ser replicables en el ciberespacio.

El meme, según la teoría de Dawkins (2007), tiene un potencial comunicativo cuyo sentido es construido socialmente y puede tener varios sentidos en su replicación o reelaboración, pero solo es compartido por aquellos que se han integrado a la comunidad o sistema de significación y que posibilitan su sobrevivencia. Así, se entiende que el meme no es autoreplicable, pues requiere de un grupo de personas que lo pongan en transmisión.

Empero, la circulación de los memes en un medio digital, tiene un alto grado de imprevisibilidad por la conversión signíca y las expectativas que pueda generar en la comunidad integrada. Considerando la capacidad para comunicar que tiene el meme en la actualidad, su papel como medio social encuentra utilidad en la propaganda política, la incidencia en movimientos sociales, el contenido de humor y visual en la internet (Muñoz-Villar, 2014).

En el plano político, el meme puede representar la opinión pública y hasta puede formar parte de las campañas electorales, cabe señalar que, desde su apareamiento, el meme tiene un carácter transgresor al

difundir noticias y parodiar la realidad o posicionar a un individuo en distintas situaciones (Meso-Ayerdi et al., 2017).

El uso del lenguaje verbal unido al lenguaje visual fue adquiriendo relevancia gracias al humor que los creadores lograron plasmar con ironía. Muestras hay muchas, a efecto de ejemplo, se destacan algunas:

Tabla 1
Lenguajes verbal y visual de memes

Situación	Lugar	Lenguaje verbal	Lenguaje visual	Ubicación
Paro de maestros	Colombia	Los maestros pueden marchar, pero sin congestionar las vías de la capital	Al fondo están los maestros con carteles y en primer plano está quico, personaje de la serie televisiva El chavo del 8	crear-mem.com
Ley laboral juvenil	Perú	¡Después de la marcha... todos a mi jato a chelear! ¡Yo invito!	Policía uniformado y vocero del gobierno frente a los micrófonos y cámaras de medios de comunicación	cnMemesPe
Paro libertario	Colombia	Mijo, usted que le gustan tanto las marchas. ¿Cuándo se marcha de la casa?	Señora, adulta mayor, que conduce un automóvil y sonríe con picardía.	Lasillavacía
Corona virus	Ecuador	Primeras víctimas con el corona virus en Ecuador	Dos fotografías. Dos políticos ecuatorianos (Nebot y Lasso), cada uno con una corona real	Soyrevolucion

Elaboración propia

El meme puede incrementar las posibilidades de fidelidad, fecundidad y longevidad (Dawkins, 2007), esto es, que puede ser replicado

con cierta velocidad y amplitud de dispersión, pero tiende a desaparecer cuando el hecho referido pierde popularidad o surgen nuevos memes con temas de actualidad.

Anneli Baran, investigadora principal en el Departamento de Folclore del Museo Literario de Estonia, en una conferencia realizada en 2011, introduce el concepto de meme como “demotivador” (Baran, 2011), invocando el sentido motivador que tenían los posters que se pegaban en escuelas, colegios, universidades y oficinas. Y es que ahora los memes en la internet se fijan en los muros de Facebook, Twitter e Instagram.

Incrustados en las redes sociales, los memes son útiles para generar expectativa en las marchas y eventos de trascendencia social, generan espacios de discusión masiva, la crítica y la denuncia sobre hechos ocurridos movilizan y convocan a la participación (Holzmann, 2013).

Finalizando la segunda década del siglo XXI, casi todas las instituciones públicas, privadas, bancarias, del tercer tipo y colectivos de distinta índole, esgrimen al meme como estrategia de marketing para obtener visibilidad y exposición social.

Los usuarios que generan contenidos saben que su voz se vuelve fuerte y poderosa, inclusive aumenta el rango de credibilidad, porque al viralizar los mensajes tiene efectos desencadenantes, que ya se advirtieron en los medios tradicionales (radio, prensa y televisión) solo que el meme tiene efectos en tiempo real, sin ubicuidad específica y alcanza niveles de difusión altos.

Los elogios al meme pueden ser diversos, sin embargo, se ha comprobado que muchas campañas publicitarias y políticas no obtuvieron buenos resultados, sobre aquello, Camila Muñoz, de la Universidad de Chile, reporta en su tesis:

La inmediatez con que se crean y difunden los memes ha motivado muchas campañas publicitarias y políticas, las que no siempre tienen buenos resultados, sabemos de casos en los que se ha fallado en la

forma de difundir el mensaje, demostrando la incomprensión y el desconocimiento de la esencia de los memes respecto de sus contenidos, especialmente, sus interpretaciones satíricas y cómicas. Las características de inmediatez de creación y rapidez de difusión cumplen un rol importante en la comunicación pero lo que realmente da vida al fenómeno de los memes en sí es la capacidad de tener feedback en tiempo real de lo que se difunde. (Muñoz-Villar, 2014, p. 15)

Entonces, es indiscutible que se deben formular claves para el éxito de los memes. Al respecto tres investigadores de la Universidad del País Vasco explican que el meme debe asentarse en el empleo del humor, juntar imágenes provocativas, ser versátiles con el lenguaje iconográfico acorde a la comprensión del usuario, ya que este (el usuario) contagiará a sus seguidores, logrando la propagación y popularización al reenviar por las redes (Meso-Ayerdi et al., 2017).

El meme no es una obra de difícil confección, así lo revelan los docentes vascos quienes comprobaron que para la elaboración no hay que buscar o crear una imagen desatada de belleza y calidad, la prioridad del esfuerzo está dirigida a la elaboración de mensajes de poca complejidad y de aceptación inmediata.

Los memes han cobrado importancia en esta era digital, tanto así que los medios tradicionales ya hacen uso de estos en sus muros y páginas web, y más allá de su aparente trivialidad, los memes articulan los discursos públicos de la actualidad, además conforman y reflejan estados de opinión. Vale recordar que en los medios tradicionales la caricatura, la parodia sonora y los bloopers cumplían esa función, ahora, son productos referentes para la construcción de los memes.

Espacios de afinidad

El meme, como fenómeno mediático es diagonalmente parecido al proceso de comunicación sonora. En primera instancia, porque proviene de una escucha o percepción causal que induce una respues-

ta compulsiva y altamente emocional en el ser humano (Baca-Martín, 2005). La comunicación sonora es un sistema que utiliza señales acústicas comprensibles para el ser humano: la música, el diálogo oral, entre otras manifestaciones.

Tanto el meme como la comunicación sonora son objetos expresivos ampliamente reconocidos, puesto que mantienen una estructura relacional entre humanos que conservan un bagaje cultural. Glosando a Dawkins: el meme, al igual que los productos de comunicación pueden incrementar las posibilidades de fidelidad, fecundidad y longevidad, esto es, que puede ser replicado con cierta velocidad y amplitud de dispersión.

Lo dicho toma razón cuando se entiende que todo conocimiento se deriva de la experiencia que se va construyendo a través de los sentidos, “estos son nuestro primer medio de contacto con el mundo y la primera forma de aprehender la realidad por mediación del cuerpo y sus facultades” (Domínguez, 2015, p. 95).

Ana Lidia Domínguez también explica que los sentidos constituyen un “puente para el conocimiento del otro” y no son solamente “objetos de apreciación”, son un lazo social (Domínguez, 2015, p. 96). Sostiene la investigadora que el sonido estructura las relaciones sociales y culturales: “el sonido participa activamente y de diversas maneras en el juego de las identidades sociales, es decir, como rasgo identificador y diferenciador” (p. 98).

Si se hace una analogía con los sonidos narrativos y ambientales, que son elementos del lenguaje sonoro que usa la radio, se deduce que los contactos y encuentros con las cosas y las personas producen sonidos, cada sonido tiene identidad propia, tienen una sonoridad distintiva que permite que sean reconocidos y diferenciados, así, los humanos distinguimos un amplio repertorio de voces de los animales, recursos vitales como el agua, el viento, el suelo, la vegetación, los fenómenos climáticos como la lluvia, las acciones de frotación y golpes con el cuerpo con ritmos alterativos, abruptos o armónicos, como en la música, y el

uso de herramientas que generan sonidos de acción con piedras, troncos, metales, fabricación de herramientas.

Cabe decir que estas formas de apreciar, identificar y clasificar los sonidos se las hace desde hace mucho tiempo atrás, baste repasar el uso de los sonidos y sus funciones en el lenguaje radiofónico propuesto por Mario Kaplún (1999) y luego replicado por otros autores (Balsebre, 1994; López Vigil, 2005) quienes explican que los sonidos ambientales relacionan el sitio, lugar e incluso tiempo en el que se desarrollan las acciones y son identificados como sonidos de ambiente (sonidos de grillos en la noche, el canto del gallo al amanecer, tráfico, páramo y otros), y los sonidos narrativos que son aquellos que demuestran las acciones (golpes, choques de automóviles, vidrios que se quiebran y más).

A esta clasificación se añaden los gentilicios sonoros que corresponden a los modos de hablar de las personas integradas a una comunidad lingüística y que se remiten a ciertas regiones de cada país y nutren el imaginario sonoro que construye estereotipos.

Todo este espectro dinámico del sonido que proviene de diversas fuentes y que tiene proximidad con los individuos es el espacio sonoro. Es este territorio de los sonidos, integrado a nuestros campos de escucha, el que incide en la ruptura o comunión con el significado.

El sonido tiene significado porque emociona, porque asocia o relaciona con experiencias propias y colectivas generando respuestas a estos estímulos. Domínguez, al respecto, interpreta lo propuesto por el sociólogo Maffesoli:

(...) esta es la fuerza agregativa que caracteriza a los placeres populares, los fenómenos de multitud y las explosiones orgiásticas. Las expresiones como la devoción, el patriotismo o el fanatismo, antes de ser sentimientos colectivos y manifestarse bajo estos nombres, son respuestas muy concretas del cuerpo frente al sonido. (Domínguez, 2015, p. 100)

Las sensaciones entonces, están asociadas con el valor emocional que se le da al sonido. Así, la música es un ejemplo decidor de estas cons-

trucciones de sentido que generan injerencias, sean de carácter cercano u hostil. Las fronteras y las injerencias de las emisiones en territorios ajenos, dice Domínguez, puede generar conflictos sonoros de toda índole, desde el disgusto por el tipo de música, el volumen elevado, el ruido en la vecindad y tantos más.

Las fronteras e injerencias también están institucionalizadas y convocan reacciones de proximidad, alejamiento, repudio y descompostura. El uso, la permanencia, duración, transformación están íntimamente ligados las posibilidades de incremento de la fidelidad, fecundidad y longevidad y replicación. Al igual que el meme.

Este aire de familiaridad no es forzado. Los memes hacen guiños a la producción sonora que forja una comunidad y que comparte significados, comprendiendo que quienes son ajenos a la comunidad son incapaces de participar de forma plena en el uso y repetición de los memes y los sonidos.

Revisando otras representaciones tradicionales, florecidas en la cultura popular del siglo anterior y difundidos en espacios físicos ciudadanos (el grafiti, el mural y otras manifestaciones del arte urbano), que en su momento fueron copiados y replicados en periódicos, revistas y libros que casi los perpetúan, motivan a pensar que los espacios de significación estaban prestos a los cambios de la tecnología.

En los campos hipertextuales se puede constatar que los memes son copiados y transmitidos por usuarios, sin hacer ninguna modificación o reinterpretación, pero tiene alcances virales. Y hay de los otros, que se reinterpretan, se adaptan a un formato y tienen una intención específica: acomodar situaciones y personajes en un contexto satírico.

Todo esto, gracias al uso de las tecnologías y las redes sociales que permiten integrar tres sistemas semióticamente diferentes: el sonido, la palabra escrita y la imagen. Antes de que esta semiosis se manifieste, estos sistemas de expresión se estudiaban por separado, hoy debemos integrarlos,

pero esto no es bondad del meme sino de la convergencia mediática que permite mostrar cualidades nuevas, descubrir representaciones verbales, pictóricas y sonoras en un mismo campo de aplicación que exige criterios de análisis, interpretación y estimación equivalentes (Sorókina, 2005).

El meme es multimodal, requiere por tanto una composición de imágenes, palabras y sonidos que expresen la posición o visión satírica de una situación y contextualizada en el lenguaje.

Los memes sonoros

Ratificando que el meme es multimodal, no cabe pensar que un meme sonoro es como un producto radiofónico, unisensorial, que usa un solo sentido, el de la audición, recuerde usted que el meme se desarrolla en un espacio hipermedial y por ende requiere de un motivo para que el contenido sea expuesto en palabras, imágenes y sonidos, elementos de lenguaje que posibilitan la fidelidad, fecundidad y longevidad, además, en su replicación exitosa considera la velocidad, la amplitud y el alcance de reproducción.

Esta definición da pauta para determinar la riqueza expresiva que tiene un meme que inserta, en su naturaleza enunciativa o de opinión, sonidos que contribuyen en el discurso irónico de impacto social “y en la conformación de la cultura dada la rapidez en que son consumidos por los internautas” (Medina, 2018, p. 21).

El espacio tradicional del meme está dado por la imagen y la palabra cuyos recursos los obtienen en fotografías, videos, documentos y otros elementos culturales que se potencian al insertar sonidos, previamente editados, establecen una relación simbólica que reconoce un acto comunicativo donde “lo que se dice es importante, más lo es, cómo se dice” (Medina, 2018, p. 15).

El uso del espacio sonoro en los espacios virtuales de las redes sociales, en los que se intercambian experiencias comunicativas, exige al realizador que considere: el destinatario o usuarios a los que se dirige

el mensaje, cuál es el objetivo del discurso, qué elementos lingüísticos y no lingüísticos necesita, el momento o evento propicio para presentarlo para que cobre mayor protagonismo y determine el alcance del meme.

Es propicio aclarar que los elementos paratextuales, como las imágenes, tienen más protagonismo y por ende demandan de una composición gráfica que se complementa con un fragmento lingüístico breve expresado con vocablos escritos o hablados.

El espacio sonoro favorece al meme en cuanto perfecciona la intención y remata el discurso. Para lograr tales designios es menester conocer básicamente el uso de los elementos del lenguaje sonoro para insertar estratégicamente la música, los sonidos, la voz y los silencios.

Los movimientos visuales de aproximación o alejamiento de las imágenes estáticas o en movimiento —fotografía o video— ayudan a construir el producto (meme), que con el apoyo de los elementos sonoros provocará aceptación, negación, interés, alteración, risa, indignación y otras reacciones posiblemente establecidas con anterioridad y, probablemente incitará resistencias no proyectadas por el autor.

Este es un feliz momento para esclarecer algunas discusiones planteadas en las pesquisas relacionadas con el uso de los sonidos, como parte del diseño sonoro en productos audiovisuales y digitales, que para muchos es inexistente o es considerada como una disciplina difusa para la comprensión (Chalko, 2014).

En este afán aclaratorio, es de rigor citar a Ángel Rodríguez (1998) y Michel Chión (1999) estudiosos de las dimensiones del sonido y sus consecuencias, sus estudios son fuentes cardinales que permiten diálogos académicos pertinentes y reflexivos.

Rodríguez dirá que el discurso audiovisual tiene formas que van más allá de los productos y soportes en los que se ha elaborado y que no existe un lenguaje para cada soporte, de ahí que no existe una fórmula de aplicación del lenguaje en el meme que usa este componente.

Michel Chi n indica que el sonido, registrado en audio, es un valor añadido y luego de una reflexión minuciosa expone que el sonido es un elemento constitutivo de primer orden, refiriéndose al uso del sonido en el cine:

(...) Reunir: el agregado unificador

La función más extendida del sonido en el cine es la que consiste en unificar el flujo de las imágenes, en enlazarlas: por una parte, en el nivel del tiempo, desbordando los cortes visuales (efecto de encabalgamiento u overlapping) Por otra parte, en el nivel del espacio, haciendo o ir ambientes globales, cantos de pájaros rumores de tráfico, que crean un marco general en el que parece contenerse la imagen, un algo o ido que baña lo visto, como en un fluido homogeneizador; en tercer lugar finalmente, por la presencia eventual de una música orquestal que, al escapar a la noción del tiempo y espacio reales, desliza las imágenes en un mismo flujo. (Chion, 1999, p. 51)

Rodríguez corrige esta apreciación y dice que el sonido incrementa el valor de interpretación al brindarle más inteligibilidad, expresividad, est tica y otras bondades, así se entiende que el audio “no agrega algo valioso a la imagen, sino que la modifica, no actúa para la imagen, sino que actúa como la imagen” (Chalkho, 2014, p. 128).

El sonido —registrado en audio— en la era digital dej  de ser un elemento lejano de la producción comunicacional y la música, como expresión artística con sonidos, ahora tiene la responsabilidad de romper la monotonía y hace al producto multimedial o multimodal, como el meme, más atrayente e interactivo.

Entonces, el sonido en el meme es protagonico, es parte de la imagen que se proyecta, no es un simple añadido, es parte del argumento persuasivo que incide en la percepción y la voluntad de otros. El audio debe ser pensado en conjunto con los elementos gráficos, debe considerar también los aspectos est ticos y no solamente los técnicos.

La producción de los productos educomunicativos en multimedia toman atención a estas recomendaciones, y los productores de memes también lo hacen, con más humor e irreverencia.

La importancia del sonido es, pues, tanta como la importancia de la imagen y un descuido o una falta de planteamiento en el sonido será tan imperdonable como un descuido o una improvisación en la fotografía (Colares de Silva, 1999).

Para verificar tales aseveraciones es ineludible regocijarse en YouTube y revisar al menos dos sitios en los que se recolectan memes con estas características sonoras, en idioma español:

Memes Random <https://bit.ly/2StLd2h>

Origen del meme <https://bit.ly/2SwG4X8>; <https://bit.ly/2HRB1hU>

La variedad de motivos y representaciones de estos memes invitan a desarrollar un estudio más minucioso sobre la elaboración de los mismos, el uso de elementos lingüísticos y paralingüísticos que sorprenden, animan y transgreden postulados gramaticales y culturales compartidos en una comunidad lingüística.

En los memes sonoros se usa la voz humana en su capacidad histriónica, pues se utilizan personajes cual si fueran actores de teatro que divierten al público con disfraces o expresiones gestuales y orales exageradas. Añádase a lo anterior el uso estratégico de los sonidos onomatopéyicos que son los que generan hilaridad en los usuarios.

Con la sana intención de saldar bien este acápite, se recurre al diccionario en el que, según la Real Academia Española, la onomatopeya “es la imitación o recreación del sonido de algo en el vocablo que se forma para significarlo o vocablo que imita o recrea el sonido de la cosa o la acción nombrada. Ejemplos típicos de onomatopeyas son “boom”, “clap”, “pam”, “toc”, “bing”, “clic”, “pum”. También pueden ser casos para referirse a fenómenos visuales como “zigzag”.

Júntese a los sonidos onomatopéyicos las interjecciones, que son palabras o expresiones admitidas en un grupo lingüístico o cultura que expresan sonidos o mensajes dichos por personas para transmitir senti-

mientos o sensaciones: dolor, alegría, desconcierto, expectación, llanto, saludos y despedidas, reclamos y más.

El espacio sonoro alcanza contundentes reacciones a partir del uso de la voz, potencia el impacto, especialmente emocional cuando utiliza expresiones artísticas armónicas y pre elaboradas, como la música.

El uso de la música cumple funciones que en el siglo advirtiera el profesor Kaplún (1999). a) La función gramatical, que se reconoce como un signo de puntuación comúnmente identificada como CORTINA, que consiste en un fragmento musical que separa textos, secciones, escenas. b) La función expresiva que levanta un clima emocional. c) La función descriptiva que ubica un sitio, lugar, país con música típica o de época que ambienta y sitúa. d). la función reflexiva que genera comentarios emocionales, recapitulaciones o reflexiones. e). La función ambiental ayuda a completar el escenario, por ejemplo: la música en una fiesta, un parque de diversiones, los desfiles y otros momentos en los que la música es parte del ambiente. Las inserciones musicales dan sentido a los memes.

El maestro uruguayo también prescribió funciones al uso de los sonidos: a) La función ambiental o descriptiva que al igual que la fotografía nos ubica en el sitio o lugar en el que se desarrollan las acciones: amanecer en el campo, los grillos en la noche, las barras en los estadios y coliseos, la vajilla y cubiertos en restaurantes y un sinfín de ambientes. b) La función expresiva crea una atmósfera emocional, al igual que la música: pisadas en la calzada a media noche, el sonido de cadenas y más. c) La función narrativa que es un nexo entre el tiempo, el lugar y las emociones: las campanas de la iglesia marcando una hora, la llegada de un autobús o avión, el trino de los pájaros, entre otros tantos. Los sonidos son ilustraciones gráficas que toman forma en la imaginación.²³

23 No se expone la función ornamental que propone Mario Kaplún dado que el autor no considera al sonido tal o como un valor añadido, ya que se considera un elemento de primer nivel en el discurso de memes y es protagónico.

Es el momento de los silencios... se muestra en plural (silencios) puesto que hay al menos tres formas de aplicarlos en los memes: 1) Como efecto transitorio, de tiempo, espacio o de reacción ante una situación dolorosa, sorprendente, jocosa o de suspenso. 2) Gramaticalmente son necesarios los silencios para comprender lo que dicen los personajes o para afectar el sentido de las frases. 3) Los silencios dramatizados se explican mejor cuando repetimos la frase popular que dice “hay silencios que lo dicen todo”, y es que los silencios también son dramáticos: cuando el padre, la madre o la pareja pide respuestas sobre situaciones comprometidas, cuando se ha pillado al estudiante en una trampa, cuando hay duda en la respuesta de compromiso matrimonial y en tantos otros momentos dramáticos que el silencio promete suspenso, ansiedad y humor.

Por cierto, los memes no se inscriben en una clasificación o tipología definitiva, pues aún está vigente el debate, las posturas de los personajes involucrados, el manejo del humor y las estrategias discursivas de resistencia (González-Espinosa & Herrera-Vargas, 2015).

En cualquiera de estos casos, el meme es una forma simbólica disponible en internet en forma de videos virales, imágenes y sonidos reproducidos que al replicarse o alcanzar procesos de viralización generan un fenómeno más amplio.

Lo que hasta aquí se explica, demuestra que el meme no es un hecho tecnológico meramente instrumental, puesto que surge de las relaciones socioculturales centradas en la información y la comunicación. En consecuencia, para interpretar los sentidos que tiene el creador de memes, la selección de elementos que lo componen y las reacciones premeditadas y otras insospechadas, es necesario estudiar el fenómeno atendiendo a la complejidad de su ecosistema.

El prolífico universo del meme

El meme habita en la internet, circula con libertad en las redes sociales, se replica en múltiples formas y se inserta en otras modalidades

de incidencia: los contenidos gráficos y palabras son copiados y vendidos en camisetas, jarros, stickers y más artefactos publicitarios.

Los memes audiovisuales se reproducen en reuniones familiares y de amigos. Los sonoros se celebran en iguales eventos, pero los adolescentes y jóvenes repiten algunas formas sonoras de expresión para ejercitar el sentido de humor en los grupos.

Para comprender mejor el universo del meme, interesa conocer las motivaciones, las situaciones en las que se crea, la trascendencia que tiene cada meme, el grado de filiación de las comunidades lingüísticas que lo interpretan, la derivación de los usos, apropiación y reinterpretación del meme (Pérez et al., 2014). Las “formas de producción que escapan a las nociones tradicionales de autoría y en las que lo colectivo, lo colaborativo y lo interpersonal tienen un papel preponderante” (Rowan, 2015, p. 5).

Se confirma entonces que los memes motivan la curiosidad común y académica desde varios frentes analíticos: lingüístico, semiótico, artístico, comunicativo, antropológico, sociológico, psicológico, político, entre otros campos de estudio. En este afán interpretativo, el autor revisó algunas formas de análisis de los memes, que informa a continuación, con la finalidad de que prosperen los estudios de los objetos digitales producidos en red y en la red.

En líneas anteriores se estableció que el meme es un multimodal, aquí se aprecia el concepto propuesto por el profesor chileno Benjamín Cárcamo quien considera que el meme es un artefacto multimodal, porque está asociado con los cambios de las condiciones de producción, diseminación y recepción de textos, es una red composicional y tiene complejidades estadísticas. Por ello, propone “el análisis del discurso multimodal” desde la lingüística (Cárcamo-Morales, 2018).

Dice Cárcamo que el meme es un artefacto multisemiótico, por ello plantea conocer el potencial de la significación del lenguaje a partir de cuatro sistemas semióticos.

Tabla 2
Sistemas semióticos para analizar artefactos multimodales

Sistema verbal	Expresado por la lexicogramática, compuesto de palabras, frases y oraciones. Se caracteriza por ser de índole exclusivamente lingüística.
Sistema gráfico	Expresado generalmente por fotografías, gráficos, diagramas, tablas, bocetos e, incluso, espacios en blanco. Estos pueden expresar, a través de la visualidad, no solo hechos concretos, sino también ideas o valores.
Sistema matemático	Se expresa en números, letras, signos y otras representaciones que históricamente han sido acompañadas por sistemas verbales y tipográficos, con el fin de materializar operaciones lógicas y matemáticas.
Sistema tipográfico	Se da a través de la forma y color de las letras (cursivas, negritas, etc.). Esta modalidad no es un simple recurso estilístico, ya que contribuye a la transmisión y construcción del significado.

Fuente: Cárcamo-Morales, 2018, p. 149.

El Doctor en Estudios Culturales por Goldsmiths, University of London, Jaron Rowan dice que los memes son:

Objetos carismáticos que se mueven siguiendo rutas no lineales, adquiriendo diferentes significados y saltando de una plataforma a otra. Son artefactos de antidiseño que se elaboran de forma colectiva sin respetar autoría ni identidad alguna. (Rowan, 2015, p. 6)

Rowan no está interesado en el estudio semiótico del meme sino en los usos sociales de este: cómo son articulados y puestos en circulación por los movimientos políticos formales e informales. Pone en el microscopio social el uso que se hace del meme en las campañas de comunicación y la estrategia de inserción de memes en el marketing.

En este mismo ámbito de la comunicación política, otros investigadores españoles revisan y examinan la novedosa conversación a la que denominan política 2.0, también exploran el uso de estos objetos en el

activismo e indagan sobre las percepciones de los perfiles de los personajes políticos a través del Twitter (Martínez & Piñeiro, 2017).

Rowan distingue los memes virales y memes, explica cuáles son los que provienen de campañas dirigidas desde las cúpulas de poder y aquellos que emergen de formas de innovación colectiva. Explica además, sobre la capacidad de adaptación a diferentes medios, pues el meme no desperdicia medios (analógicos y digitales), y crea sentidos compartidos a partir del humor y el uso de los elementos gráficos, visuales y sonoros (Rowan, 2015).

Rowan da crédito al concepto formulado por Olga Gurionova (2012) sobre el folclore digital, definido como “la vida creativa de grupos de individuos que está basada en la tradición y viene guiada por estos mismos grupos” (Rowan, pág. 22). Ergo, Goriunova y Rowan consienten que la noción de folclore digital permite entender las estéticas contemporáneas: “gifs animados, fotos de gatos, imágenes retocadas con efecto purpurina, etcétera, son ejemplos de esta tradición. Lo kitsch, lo hortera y lo pixelado son características estéticas de este folclore digital.”

Concordando con el concepto, es certero admitir el concepto de folclore digital ayudan a definir las estéticas, los vocabularios abiertos que nacen de lo común y emergen hacia las cúpulas “invadiendo imaginarios y plataformas digitales”, identifican prácticas artísticas, campañas de diseño y tantas otras modalidades objetos comunicacionales que circulan en la internet. Al respecto Rowan sentencia: “Los memes son hijos de la inmediatez y la participación colectiva” (2015, p. 23).

Otra mirada del folclore mediático moderno la inscribe el docente mexicano Francisco Javier Cortázar, él dice que las imágenes rumorales están muy próximas a los memes y selfies porque están “estrechamente emparentadas con el rumor debido a la inmediatez, intencionalidad, velocidad de circulación, contenido pretendidamente informativo, (...) de carácter anónimo y que simplifican informaciones complejas en frases e imágenes sencillas” (Cortázar-Rodríguez, 2014, p. 191).

Cortázar señala que los memes, a más de la expresión de la inmediatez, son producto del “distanciamiento y cansancio de la realidad profunda” (p. 195), han descentrado los canales de información tradicionales de los medios dominantes, motivos que preocupan a “políticos, agencias de seguridad, el sector financiero y muchas otras instituciones contemporáneas” (p. 197).

El uso de lenguajes mediáticos tiene cepas de las culturas populares del siglo XX: caricaturas políticas, chistes, refranes, sátiras, coplas, imaginarios y otros estereotipos del ciberfolclore o folclore electrónico que generan tráfico de contenidos por internet y en el correo electrónico. El trucaje de los memes es posible gracias a:

(...) la generalización de las cámaras digitales, los teléfonos celulares con cámara, las cámaras web, la captura de pantallas de pc, las grabaciones de tv hechas con la computadora, capturas en tablets y, de forma reciente, gracias a los generadores de memes, sitios de internet donde es posible crear un meme propio a través de pasos sencillos. (Cortázar-Rodríguez, 2014, p. 201)

Las palabras, imágenes y sonidos que expresan preocupaciones, ansiedades, deseos colectivos, burlas, quejas contra políticos, personajes de la farándula, del deporte y otras instituciones son replicados, copiados, modificados, remasterizados, resignificados y apropiados. Son productos comunicacionales simples de baja resolución y estética que desatan la risa en los usuarios que se convierten en cómplices de la picardía popular.

Y, la radio, que es una de las vitrinas de relatos sonoros, propone el radiomeme, que es una narración corta, con o sin imagen visual, con carácter humorístico sobre algún aspecto coyuntural, que está pensado para que circule y amplifique en la internet, redes sociales, el WhatsApp y otras formas de mensajería. Nociones y ejemplos se encuentran en <https://bit.ly/2Gr7ISY>

Significativo ejemplo articulador es el que propone la Radio Universidad de la UNJu titulado “Todo es meme. Un programa polí-

ticamente incorrecto y dialécticamente comprometido” (Vidal & Tito, 2019, p. 90), que desde el año 2018 se produce como experiencia y dinámica pedagógica y radiofónica, cuyo foco de atención aborda cuestiones coyunturales y acontecimientos sociales que son apropiados y reinterpretados.

En esta nueva poética sonora, se trabaja la narrativa en tres relaciones: el meme con el humor, la proposición política y plantea la risa como una superación del temor: “el chiste político que se burla del poder, se activa de manera altamente creativa en periodos autoritarios” (Zegada-Claure & Guardia-Crespo, 2018, p. 117).

Sobre el impacto, cifras, usos alternativos de plataformas, vigencia, perpetuación en el tiempo y el éxito de estas modalidades narrativas sonoras, las investigaciones son nacientes, pero, ciertamente, los memes serán influyentes en el panorama radiofónico y en los medios en convergencia.

De ahí que, coincidiendo con Francisco Cortázar, recito: el meme es la “Pequeña venganza de la picaresca popular frente a los abusos de los poderosos o sobre la realidad que difícilmente puede eludirse” (2014, p. 212).

Bibliografía

- Baca-Martín, J.Á. (2005). *La comunicación sonora. Singularidad y caracterización de los procesos auditivos*. Biblioteca Nueva.
- Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. Ediciones Cátedra.
- Baran, A. (2011). Visual Humour on the Internet. *Estonia and Poland: Creativity and Tradition in Cultural Communication* At: Tartu (p. 16). Tartu: Estonian Phraseology in the Series Monumenta Estoniae Antiquae. <https://doi.org/10.7592/EP.1.baran>
- Cárcamo-Morales, B. (2018). El análisis del discurso multimodal: una comparación de propuestas metodológicas. *Forma y función*, 145-174. <https://doi.org/10.15446/fyf.v31n2.74660>
- Chalkho, R.J. (2014). Diseño sonoro y producción de sentido: la significación de los sonidos en los lenguajes audiovisuales. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 127-252.

- Chi6n, M. (1999). *El sonido. m6sica, cine, literatura...* Paid6s.
- Colares de Silva, J. (1999). El sonido en la multimedia: la importancia en la producci6n del audio en los dise1os de materiales multimedia para la ense1anza. *EDUTECH IV Congreso de Nuevas Tecnolog6as de la Informaci6n y de la Comunicaci6n para la educaci6n. Nuevas tecnolog6as en la formaci6n flexible y a distancia* (p. 12). Sevilla. <https://bit.ly/3npffCs>
- Cort6azar-Rodr6guez, F. (2014). Im6genes rumorales, memes y selfies: elementos comunes y significados. *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 191-214. <https://bit.ly/3jAKc4x>
- Dawkins, R. (2007). *O Gene Ego6sta*. Companhia das Letras.
- Dom6nguez, A.L. (2015). El poder vinculante del sonido. La construcci6n de la identidad y la diferencia en el espacio sonoro. *Alteridades*, 25(50), 94-105. <https://bit.ly/3d2kzXE>
- Gonz6lez-Espinosa, F., & Herrera-Vargas, E. (2015). An6lisis cr6tico del discurso de los "memes" alusivos al debate sobre. *An6lisis cr6tico del discurso de los "memes" alusivos al debate sobre*. Universidad del Valle.
- Holzmann, J. (2013). *Internet Archive*. (J.F. Illanes, Productor). <https://bit.ly/3iBpqQT>
- Kapl6n, M. (1999). *Producci6n de programas de radio. El guion. La realizaci6n*. CIESPAL, Quipus.
- L6pez-Vigil, J.I. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionados*. CIESPAL, AMARC.
- Mart6nez, X., & Pi1eiro, T. (2017). El uso de los memes en la conversaci6n pol6tica 2.0 Una aproximaci6n a una movilizaci6n ef6mera. *Prisma social*, 55-84. <https://bit.ly/34yLLK1>
- Medina, F. (2018). Los memes como discurso analizable en el aula. *Cuaderno de Pedagog6a Universitaria*, 12-21. <https://doi.org/10.29197/cpu.v15i30.307>
- Meso-Ayerdi, K., Mendiguren-Galdosp6n, T., & P6rez-Dasilva, J. (2017). Memes pol6ticos difundidos por usuarios de Twitter. An6lisis de la jornada electoral del 26J de 2016. *El Profesional de la Informaci6n*, 26(4), 672-683. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.11>
- Mu1oz-Villar, C. (4 de 1 de 2014). *El meme como evoluci6n de los medios de expresi6n social*, <https://bit.ly/3d2doi8>
- P6rez, G., Aguilar, A., & Guillermo, M. (2014). El meme en internet. Usos sociales, reinterpretaci6n y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27(75) 79-100. <https://bit.ly/2GutoOc>

- Rodríguez-Bravo, Á. (1998). *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Paidós.
- Rowan, J. (2015). *IV Memes. Inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Capitán Swing.
- Sorókina, T. (2005). La hipertextualidad del espacio musical. *versión 16*, 151-176. <https://bit.ly/2StEVja>
- Vidal, J.F., & Tito, L.A. (2019). Todo es meme. mediación memética en Radio Universidad de Jujuy. *Viator Revista Científica de Comunicación desde los Bordes*, 6, 87-117. <https://bit.ly/2GKqjcp>
- Zegada-Claure, M.T., & Guardia-Crespo, M. (2018). *La vida política del meme. Interacciones digitales en Facebook en una coyuntura crítica*. Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social “ceres”, Universidad Católica Boliviana San Pablo “ucbsp”, Plural editores.