

Capítulo II - La ciudad en narrativa meme El meme, un escudo virtual de comunicación cultural

Roberto Carlos Rosero-Ortega

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

ROSERO-ORTEGA, R. C., El meme, un escudo virtual de comunicación cultural. In: MEDRANDA-MORALES, N., and VALBUENA-BEDOYA, N., coords. *Comunicación y ciudad: lenguajes, actores y relatos* [online]. Quito: Editorial Abya-Yala, 2020, pp. 215-224. Reflexiones de la comunicación series. ISBN: 978-9978-10-570-2. <http://doi.org/10.7476/9789978105702.0015>.



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, un escudo virtual de comunicación cultural

Roberto Carlos Rosero-Ortega

El meme en la internet es un producto de signos comunicacionales que se reproducen a través de las redes sociales y que son un medio de expresión social, política, económica y, sobre todo, coyuntural. El presente escrito invita a identificar cómo el meme fomenta la construcción de imaginarios sociales y las manifestaciones culturales, a partir del uso de la imagen con la ayuda de la narrativa visual y las nuevas herramientas tecnológicas. Además, se centra en describir el imaginario social ecuatoriano, a través del trabajo realizado por dos referentes memes quiteños, Yo soy la Assange y Rokoto Feo, personajes que fueron parte de la II Jorcom 2020 de la Carrera de Comunicación en la Universidad Politécnica Salesiana en Quito.

En la actualidad, el ser humano atraviesa una época donde parte de su comunicación se hace con base a una infinidad de imágenes y a partir de la aparición de las redes sociales y las nuevas herramientas tecnológicas abrieron un camino a la democratización de las mismas. En ese entorno de evolución desde el ciberespacio y las herramientas de comunicación, y producción visual, el *meme* se convirtió en un arma de comunicación cultural. El fenómeno del *meme* en la internet y sobre todo en las redes sociales, despertó el interés de algunas áreas de las Ciencias Sociales sobre todo de la Comunicación, entendiendo al mismo, como un lenguaje dentro del escenario digital y al mismo tiempo, como un medio de resistencia y protesta social, siendo así, un instrumento de inconformidad a realidades políticas y económicas, y sobre todo de momentos coyunturales.



Fuente: <https://bit.ly/2GEOtVS>

El llamado *meme* o *memes*, es una forma de difusión cultural que se transmite de individuo a individuo, y de generación a generación. El *meme* es considerado como un gen que divulga información de forma cultural. Para Dawkins (1979), a través de este gen (gen egoísta), el conocimiento, las tradiciones, los mitos, los ritos, etcétera, van comunicándose y al mismo tiempo son cultivados de una persona a otra. En términos generales, el *meme* es una manifestación que culturalmente es replicada a partir de la imagen.

Cuando se trata de hablar sobre el *meme*, varios autores hacen referencia al biólogo Richard Dawkins (1976), el cual, desde los estudios de la Zoología realizó una investigación sobre el trinar de las aves, donde observó que existía una serie de patrones que se repetían casi de manera constante. En el transcurso de la observación, Dawkins escuchó ciertas variaciones en las secuencias del trinar de las aves, donde las mismas fueron repetidas por otras bandadas convirtiéndose así, en un trinar característico y que identificaba a dicha especie. A partir de este principio, Dawkins relaciona los mecanismos de comunicación que existen entre

los humanos, y que esos mecanismos recaen en la transmisión de mensajes culturales a partir del gen, el cual, se lo considera como una unidad de sentido que es replicada y que recibe el nombre de *meme*, el mismo que se deriva del griego *mimos* que significa, imitar.

Si Dawkins está en lo cierto, la vida de los humanos está impregnada hasta la médula de memes y sus consecuencias. Todo lo que hemos aprendido al emular a otros es un meme [...] Ello incluye el vocabulario que utilizamos, las historias que conocemos, las habilidades que hemos adquirido gracias a otros y los juegos que preferimos. También hay que tener en cuenta las canciones que cantamos y las leyes que acatamos. (Blackmore, 2000, p. 34)

El autor hace una reflexión y plantea desde las Ciencias Sociales que el *meme* es una réplica de algo y que adquiere un uso social, fenómeno que se desarrolla dentro de grupos y comunidades, donde a partir de una red de interacciones se da un sentido, creándose así las llamadas comunidades interpretativas como lo menciona Maffesoli (1988).

Es en este sentido que la comunidad puede permitir esclarecer numerosos reagrupamientos contemporáneos, que se definen a la vez a partir de un territorio y a partir de un compartir afectual, sea cual fuere, en concreto, el territorio en cuestión o el contenido de la afección: intereses culturales, gustos sexuales, preocupaciones indumentarias, representaciones religiosas, motivaciones intelectuales y compromisos políticos. Se podrían multiplicar a placer los factores de agregación, pero lo cierto es que se pueden circunscribir a partir de esos dos polos que son el espacio y el símbolo (compartir, forma específica de solidaridad, etcétera). Es esto lo que mejor caracteriza la intensa actividad comunicacional que, de múltiples maneras, sirve de mantillo a eso que he llamado el neotribalismo. (Maffesoli, 1988, p. 163)

Es así que, el *meme* se convierte en un arma comunicativa, un nodo de memoria semántica, donde su significado es compartido solamente con las personas que entienden su significado cultural y que a la larga puede ser replicado en un tiempo y espacio con o sin transformaciones.

El fenómeno del *meme* es una de las mayores revoluciones mediáticas que ha vivido el ser humano en la última década, ya que su forma de comunicar a partir de la transformación digital logró que ciertas plataformas digitales de comunicación ayuden a un intercambio de diálogo entre las personas que participan e interactúan, generando un espacio de intercambios simbólicos desde la tecnología digital, donde el usuario se transforma en el eje de la evolución comunicativa, es decir, el contenido es parte de la identidad de los medios, la multimedia es el lenguaje moderno, la verosimilitud del tiempo real es el tiempo opresor, el hipertexto es la lengua y el saber el nuevo seudónimo de la comunicación (Scolari, 2008).

Para Scolari (2008), las nuevas formas de comunicación desde el entorno digital y el diseño de mensajes visuales permitió que el intercambio de los mismos migre de lo análogo a lo digital, de la lectura e interpretación lineal y secuencial, a la hipertextualidad, la misma que le permitió al ser humano adentrarse en un escenario creativo, de compartir, de agregar y enlazar información.

Gracias a los programas de compresión y a la capacidad de las máquinas de descomprimirlos casi instantáneamente, la digitalización ya no tuvo más barreras que sortear: libros, fotos, películas, músicas y animaciones fueron engullidas por su dispositivo traductor/compresor. Una vez que los textos —entendiendo por texto cualquier tipo de documento escrito, gráfico o audiovisual— se digitalizan, se convierten en puros datos numéricos infinitamente modificables y reproducibles. (Scolari, 2008, p. 81)

Dentro del campo de la narrativa visual, el diseño y la producción de mensajes está destinado a la solución comunicacional y de interacción visual entre los seres humanos, donde dicha interacción se da en contextos culturales específicos y que son entendidos e interpretados en el cotidiano como es el *meme* en la internet, con la ayuda de diferentes herramientas pagadas o en línea (gratuitas). Estas producciones gráficas que se esparcen en las redes sociales nos muestran una materialización de lo que se suscita en escenarios culturales y que evidencian su contex-

to y realidad social. Esta manifestación gráfica que enrolla una determinada expresión cultural nos ayuda a descubrir códigos que circulan en el diario convivir de los humanos con las redes sociales.

El actual desarrollo de las redes facilita la propagación de “memes” digitales, irradiándose de forma viral gracias a los “espacios de afinidad” que han propiciado las herramientas sociales en la Web [...] Los sistemas actuales de Red facilitan la radiación planetaria de un meme de forma prácticamente inmediata, lo que tiene una importancia capital en la forma de producir, consumir, intercambiar contenidos y servicios digitales abiertos. (García & Gertrudix, 2011, p.130)

El papel que juega la narrativa visual está inmiscuido en el proceso de interpretación y traducción de quien construye el *meme*, es decir, el papel de codificar entre el receptor y el objeto en sí. De esta forma la narrativa visual opera como un agente de influencia cultural del entorno en el que vivimos, de un estadio de observación y diálogo entre el contexto y los actores sociales de un sistema mediático.

Procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí [...] Cuando hablamos de hipermediaciones no estamos simplemente haciendo referencia a una mayor cantidad de medios y sujetos sino a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del sistema mediático. (Scolari, 2008, pp. 113-114)

Para Da Cunha (2007), el *meme* responde a algunas variables dentro de las redes sociales, donde estas pueden cambiar desde la clasificación y la comprensión, y para ello, elaboró una taxonomía la cual propone cuatro dimensiones: fidelidad, fecundidad, longevidad y alcance; la primera, responde a la cantidad de modificaciones que puede sufrir un *meme*, a partir de su infinidad de replicaciones; la segunda, se refiere a la cantidad de reproducción que tiene el *meme*; el tercero, al tiempo y espacio en el cual el *meme* permanece dentro de un determinado grupo; y la cuarta, está direccionada al entorno geográfico que alcanzó el *meme*.

A partir de esta taxonomía podemos mostrar cuál es el papel que juega la narrativa visual dentro de las producciones gráficas y por ende en las redes sociales, las cuales lograron visibilizar la materialización que sufre el *meme* en los grupos culturales y evidenciar la realidad social en las que se encuentran enfrascadas dichas producciones visuales.

En el contexto mundial se crearon *memes* que han tenido mucha acogida a lo largo de los años, los cuales, sufrieron modificaciones de acuerdo con el tiempo y espacio, para ello podemos mencionar el caso de “Anonymous” (ver Figura 1).

Figura 1
Anonymous



Fuente: <https://bit.ly/33x7wdM>

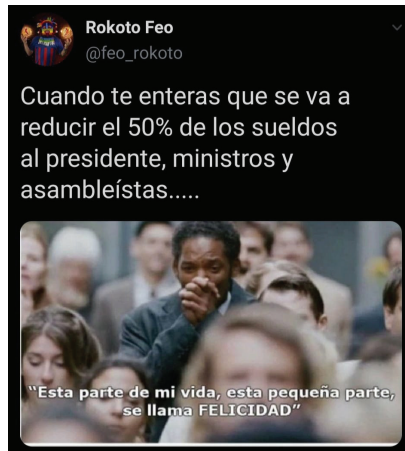
La producción visual desde el *meme* es un acto que nos permite develar una infinidad de códigos culturales, códigos que están circulando

constantemente en el cotidiano y mostrando la realidad de la sociedad. Esto nos conduce a un diálogo permanente entre el público receptor y los constructores de mensajes con la colaboración de los llamados *memeros*.

Los memes y sus conglomerados compiten entre sí y con otros conglomerados procedentes de otras culturas, favoreciendo la selección cultural los memes mejor coadaptados dentro del médium cultural. A favor de la supervivencia del meme, juegan los mecanismos de transmisión cultural; en su innovación interviene el poder inventivo y creativo de la mente humana y en la transformación de los memes participa, junto a otros, el rasgo único de la mente humana que denominamos *previsión consciente*, la anticipación de las consecuencias. (García-Carrasco & García del Dujo 2001, p. 377).

En la coyuntura *memera* quiteña y en el marco de la Segunda Jornada de Comunicación “Jorcom”, de la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Quito, se organizó un foro destinado a dialogar sobre la construcción del *meme*, el cual fue denominado como “Quito en el lenguaje del meme”, para ello, se contó con la participación de dos personajes quiteños, Edison Chamorro alias “Rokoto feo” y Viviana Paredes con su seudónimo “Yo soy la Assange, ambos son figuras públicas que producen memes para representar el descontento de la realidad social, política, económica y coyuntural, no solamente de la ciudad de Quito, sino, del Ecuador, valiéndose del humor, de piezas visuales para confrontar a grupos opresores y dejar a la opinión pública generando un poder visual comunicacional. A continuación, observaremos dos referentes de memes de estas figuras públicas. En la primera imagen, “Rokoto feo” toma como referencia la escena de la película “En busca de la felicidad”, para resaltar la emoción que siente al enterarse que, no solamente el pueblo ecuatoriano sufrirá un trastorno económico, sino que, también nuestros gobernantes se verán afectados en sus bolsillos (ver Figura 1). En la segunda imagen, Viviana Paredes “Yo soy la Assange” recoge una imagen de los años noventa para hacer referencia a la violencia que se podría generar en la actualidad si los tuits fueran objetos para rechazar el escenario económico nefasto que vive el pueblo ecuatoriano (ver Figura 2).

Figura 2
Esta parte de vida



Fuente: <https://bit.ly/3ljWD57>

Figura 3
Cenicerozo contra Dahik



Fuente: <https://bit.ly/3iyYWPN>

Ambos personajes han tomado como arma digital el *meme* para visibilizar las problemáticas sociales desde hace aproximadamente unos siete años, a través de las redes sociales como Facebook y Twitter. “Rokoto feo” y “Yo soy la Assange”, son un ejemplo claro en la coyuntura digital ecuatoriana y que han generado un impacto cultural, una especie de memoria colectiva, de solidaridad y curación virtual, siendo, además, influyentes en otros personajes memeros del ciberespacio ecuatoriano.

Conclusiones

El *meme* ha llegado a ser parte de ese ADN del entorno virtual, de las mismas redes sociales, es decir, es el nuevo modo de escribir y leer en esta era digitalizada. El *meme* en el ciberespacio, demostró ser una herramienta digital poderosa en las coyunturas políticas y sociales que con la ayuda de las narrativas visuales nos permitió expresarnos abiertamente y en forma rápida, siendo así, un artefacto de persuasión discursivo y expresión pública con un tinte humorístico y sorpresivo por su creatividad, donde el poder y sobre todo las instituciones de la vieja escuela rechazan este tipo de expresiones culturales emergentes, que son canalizadas a través de las nuevas tecnologías y las redes sociales, porque es ahí donde la juventud está plenamente insertada. En términos generales, los cambios sociales, culturales y tecnológicos han permitido a la sociedad actual a la creación de este medio, donde el mismo revolucionó la forma de comunicarse y que se genere otro tipo de opinión pública. Finalmente, el *meme* desde las redes sociales, se convirtió en una casualidad del capital cultural que empezó siendo parte de ciertas subculturas asociadas al internet, pero hoy por hoy, se volvió tan viral que ya es parte del resto de una sociedad mediatizada.

Bibliografía

- BLACKMORE, S. (2000). *La máquina de los memes*. Paidós.
- Da Cunha, R. (2007). Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *FAMECOS*, 14(32), Porto Alegre. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2007.32.3411>

- Dawkins, R. (1979). *El gen egoísta*. Labor.
- García-Carrasco, J., & García del Dujo, A. (2001). *Teoría de la Educación II*. Ediciones Universidad Salamanca.
- García, F., & Gertrudix, M. (2011). Naturaleza y características de los servicios y los contenidos digitales abiertos. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 16, 125-138. Madrid. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2011.v16.7
- Maffesoli, M. (1988). *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en la sociedad de Masas*. Icaria.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.