

Pilar García Carcedo (Universidad Complutense de Madrid,
pcarcedo@ucm.es)

MEME: DEFINICIÓN

En estas páginas se realiza una revisión bibliográfica sobre la definición, clasificación y análisis del concepto de *meme*. Ya en 2018, la RAE incorporó entre otras novedades la del término meme, al que otorgó dos acepciones principales. La segunda es la más conocida actualmente en las redes, el meme como “una imagen, vídeo o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de Internet”. La primera acepción conduce hacia el origen histórico del término, tal y como lo acuñara R. Dawkins en 1976: “Rasgo cultural o de conducta que se transmite por imitación de persona a persona o de generación en generación” (DRAE).

ESTADO DE LA CUESTIÓN

‘Meme’ es un término acuñado en 1976 por Richard Dawkins en su obra *El gen egoísta* (*The Selfish Gene*) (2017), que tiene su base en las transmisiones de la memoria y en las diferentes variantes que pueden ir triunfando. La tesis más importante de Dawkins es que los rasgos culturales, o memes, también se replican; basándose en una analogía de la evolución darwiniana: “los memes se propagan en grupo saltando de un cerebro a otro mediante un proceso que, en sentido amplio, podría llamarse imitación [...] Los memes deberían considerarse estructuras vivas, no solo en un sentido metafórico... cuando plantamos una idea fértil en la mente de otro, la parasitamos en sentido literal, a transformamos en un vehículo para la propagación de dicho meme” (Dawkins 1976: 192). Así, basándose en Dawkins, un meme se puede definir como la unidad teórica de información cultural transmisible de un individuo a otro o de una generación a la siguiente; serían por tanto el contrapunto cultural de los genes biológicos.

Muchos son los seguidores y adaptadores de Darwin en la teoría memética en el ámbito de la cultura, así por ejemplo, según el filósofo Jesús Mosterín, en *La naturaleza humana* (2006: 242), la cultura actual de un individuo sería el conjunto de los memes presentes en el cerebro de ese individuo en ese momento determinado. Además, en el siglo XXI, las tecnologías digitales y las redes sociales han contribuido a la multiplicación exponencial de los memes en casi todo el mundo; los memes se expanden como los virus y nos conducen también a pensar en los contenidos digitales virales.

Lo cual nos devuelve a la primera acepción del término meme, que es la aceptada universalmente hoy en día: “una imagen, vídeo o texto, por lo general distorsionado con

finés caricaturescos” que se difunde en Internet. De forma que cualquier acontecimiento de actualidad da lugar, casi de inmediato, a una proliferación de los consiguientes memes; abarcando una amplia diversidad de temas, desde la política hasta los cotilleos sociales más variados, todo el mundo quiere participar en esa difusión con su propia perspectiva humorística. Para la descripción interna de los memes se habla de tres propiedades básicas (Shifman 2014: 240): longevidad, fecundidad (capacidad para reproducirse) y fidelidad al original. Pero los memes no son siempre tan fieles, sino que en la línea del tiempo muestran su flexibilidad, ya que se van alterando cuando los distintos usuarios los modifican para adaptarlos a las necesidades comunicativas del momento. De forma que el éxito del meme depende de que sea comunicable y maleable a la vez (Davidson 2012: 124- 126); lo importante es que los memes puedan seguir siendo reconocidos a pesar de las variantes.

A este impulso actual por convertir todos los acontecimientos en memes, Shifmann lo denomina “*hypermemonic logic, in which almost every major public event sprouts a stream of memes*” (2014: 128; cursiva del autor). Entendidos de esta forma los memes se acercan a chistes gráficos, pero implican una semiótica y retórica más compleja de lo que aparentan. Además, los memes no son objetos aislados sencillos, sino que para comprenderlos hay que conocer toda una serie de memes previos o simultáneos; es decir, que no funcionan de forma independiente, sino en lo que Rowan ha denominado “constelaciones” (Rowan 2015: 797). De hecho, los memes están contribuyendo a articular el discurso público en la actualidad, y llegan no solo a reflejar, sino también a crear estados de opinión (Shifman 2014: 123). En España, en su columna periodística, Jorge Bustos escribió ya hace años que España era “una democracia consagrada al meme” (Bustos 2016). El poder político de los memes, sin embargo, es más limitado de lo que parece porque los que los difunden solo los comparten con sus afines ideológicos, con lo que contribuyen a confirmar sus prejuicios, impidiendo la polifonía y el enriquecimiento de la discusión pública.

TIPOLOGÍA

Las tipologías de los memes han sido analizadas en diferentes estudios; entre ellos destacamos el de Elad Segev *et alii* (2015), en el que también participa Shifman, basado en cincuenta constelaciones de memes, lo que da un total de más de mil objetos analizados (2015: 423). En este estudio se llega a la conclusión de que lo que confiere unidad a los memes son dos fuerzas principales: las cualidades esenciales de cada familia por un lado; y una serie de cualidades de forma y contenido de cada uno de ellos por otro.

En conclusión, nosotros consideramos que, para analizar los memes de Internet, hay que tener en cuenta al menos tres aspectos diferentes: En primer lugar, su contenido, las ideas que introduce el meme; en segundo lugar, su forma, tanto de sus aspectos gráficos como textuales; y, por último, la actitud de los receptores y difusores ante dicho meme. En cuanto a la forma, se suelen basar en patrones fijos, que aparecen además en las aplicaciones para crear memes, o bien recurren a imágenes conocidas que son recuperadas por los receptores. Es frecuente, por ejemplo, que la parte gráfica sea doble, con dos imágenes, y que la parte textual se divida también en dos; puede así comenzar con “Cuando...” o “When...”, ya que pueden ser también bilingües: “When/Cuando se termina el cuento,... empieza la vida”. Un texto doble por tanto: una proposición en la parte superior de la imagen, y una conclusión o paradoja en la parte inferior. Las imágenes de los memes presentan una cualidad retórica fundamental, según Ruíz Martínez (2018: 1013): “en algunos casos funcionan como un ethos visual en la medida en que emplean el rostro de un personaje famoso, al que se asocian determinados valores, que denotan una actitud concreta y lo hacen de modo firme y convincente”. El meme parte por tanto de un elemento gráfico reconocible a primera vista, pero introduce una incongruencia que es la que conduce al humor, o bien por estar en un lugar que no le corresponde o por algún otro tipo de contextualización sorprendente o por el choque evidente entre imagen y texto. Se trata de un tipo de yuxtaposición que pretende destruir los significados tradicionales para crear nuevos significados de carácter con frecuencia irónico o satírico; acercándose así al funcionamiento de las figuras retóricas o tropos.

En cuanto al complejo aspecto de la recepción y éxito del meme, hay dos claves fundamentales: si el receptor entiende las referencias implícitas en el meme y, por otra parte, si se identifica con él. De forma que el meme conseguirá su objetivo y se difundirá si logra cumplir ambas premisas; uno de los aspectos que más humor logra es precisamente el reciclaje de imágenes, ya que los receptores las reconocen y recuerdan los memes previos de la constelación. Son, en definitiva, discursos fuertemente intertextuales, porque se desarrollan unos en relación con los anteriores, y las referencias tienen que estar por lo tanto todavía vigentes para triunfar entre los receptores. Pero los memes de Internet son mucho más volátiles y cambiantes que los que proponía Dawkins.

MEMES DE CUENTOS TRADICIONALES

En el ámbito de la literatura popular, sobre la base de la noción de meme de Dawkins, Zipes (2014), en su obra *El irresistible cuento de hadas. Historia cultural y social de un género*, se centra en el caso particular de los cuentos tradicionales y su transmisión oral. Imagina los elementos de los relatos populares que compiten a través de generaciones de evolución cultural, hasta que sólo sobrevivieron los cuentos más aptos. De hecho,

llega a afirmar que estos cuentos de la tradición oral son memes en sí mismos: “Cenicienta, Blancanieves, Barba Azul, Caperucita...son tan conocidos y han alcanzado tal difusión en el mundo entero en toda clase de formas mediadas, que parecen ser memes universales” (Zipes 2014: 51).

Página | 4

Jack Zipes continúa reflexionando sobre la teoría memética en su artículo "What Makes a Repulsive Frog So Appealing: Memetics and Fairy Tales". Zipes insiste, como Dawkins, en que "any cultural artifact can become a meme" y en que "meme is not eternal and that it cannot endure outside systems of cultural evolution". Parte del cuento universal del tipo “Príncipe rana” (“The Frog Prince”), que se ha convertido en un meme porque los seres humanos se sienten atraídos por todo aquello que pueda prolongar sus genes o ciertos aspectos de su cultura. Como en la teoría de la evolución darwiniana, los genes que mutan y ofrecen ventajas son los que triunfan, así también sucede con los memes. Concluye que lo que logra que un cuento se difunda y persista es el poder que tiene “para determinar e influir en las prácticas sociales”.

Finalmente, para profundizar en el estudio de los memes contemporáneos habría que reflexionar sobre su carácter artístico popular; partiendo de una dicotomía clarificadora entre lo que los especialistas denominan arte de masas y arte elevado. Para ello se remite a los estudios de Carroll (2002) sobre el arte de masas, en los que se exponen de forma bastante objetiva los planteamientos positivos y detractores en torno a este ámbito. Ciertos memes podrían tener cabida dentro de la cultura de masas, al tratarse de objetos artísticos orientados a la diversión que provocan sensaciones impostadas mediante la repetición formularia en serie (Moscardó, 2018). Pero todo ello excede los objetivos del presente cuaderno, así que terminamos con la definición de Carroll del arte de masas, para dejar abierta la reflexión sobre la adscripción de los memes contemporáneos a este ámbito:

Es una obra de arte de masas si y sólo si (1) es una obra tipo o de múltiples ejemplares, (2) producida y distribuida con la tecnología de masas, (3) concebida intencionadamente para inclinarse por su estructura hacia aquellas opciones que prometen la accesibilidad con menor esfuerzo, al menor contacto, al mayor número de público sin instrucción (Carroll 2002: 174).

En definitiva, la creación de memes digitales a partir de los cuentos tradicionales es una forma motivadora de desarrollar la creatividad en las aulas, un paso más en los talleres de escritura que vienen expandiéndose desde las sugerencias de maestros como Gianni Rodari. Parece oportuno terminar el cuaderno sobre los memes con un ejemplo visual relacionado con los cuentos tradicionales y con una perspectiva de género. Un proyecto completo sobre los memes con otros ejemplos se presenta en la obra de García Carcedo (2020) titulada *Entre brujas y dragones. Travesía comparativa por los cuentos del mundo*.



(Fig. 15. Meme realizado en el marco del Proyecto de investigación de la profesora García Carcedo en las aulas de la Universidad Complutense, por Andrea Rodil. En el que se reflexiona sobre el papel activo de los personajes femeninos en los cuentos)

BIBLIOGRAFÍA CITADA Y COMENTADA

Carroll, N. (2002): *Una filosofía del arte de masas*. Madrid: Antonio Machado.

Esta obra lleva a cabo un análisis descriptivo muy objetivo sobre el tema, partiendo de las posturas críticas representadas por Greenberg, MacDonald o Adorno, y de los apoyos más minoritarios como los de MacLuhan. La reproducción técnica y la accesibilidad son las condiciones suficientes y necesarias de la definición del arte de masas.

Davidson, P. (2012): "The Language of Internet Memes", en Mandiberg, Michael (ed.), *The Social Media Reader*. New York: New York University Press, 120-134.

Este capítulo estudia, entre otros aspectos las características esenciales del meme para que logre una mayor difusión en Internet: comunicabilidad y maleabilidad.

Dawkins, R. (2017): *El gen egoísta extendido*. Barcelona: Salvat.

Este estudio ha sido elaborado en el marco del Proyecto de Investigación REC-LIT. Reciclajes culturales: transliteraturas en la era postdigital (Referencia RTI2018-094607-B-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.



En la primera edición de esta obra, que fue en 1976, Dawkins fue el creador del término de meme, extrapolándolo de la teoría de los genes. Es por lo tanto el origen de toda la teoría memética.

Página | 6 García Carcedo, P. (2020): *Entre brujas y dragones. Travesía comparativa por los cuentos del mundo*, Madrid: Verbum (en prensa)

Este estudio comparativo de los orígenes y versiones de los cuentos tradicionales recorre las diferentes tradiciones de narración oral a lo largo y ancho del mundo, siguiendo los hilos conductores de los motivos universales de brujas y dragones, para contrastar sus semejanzas y diferencias. Entre sus aportaciones son especialmente interesantes para investigaciones futuras las tablas comparativas de dichos motivos en diferentes países, así como la presentación de algunos resultados sobre el proyecto de creación de memes a partir de cuentos tradicionales en las aulas de la Universidad Complutense.

Mosterín, J. (2006): *La naturaleza humana*. Madrid: Espasa Calpe.

Esta obra ofrece una visión global es la que se afrontan todas las dimensiones del hombre; destacando la trascendencia del lenguaje y de la transmisión cultural en la naturaleza humana. El tema de la memética solo se toca tangencialmente.

Rowan, J. (2015): *Memes. Inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Madrid: Capitán Swing.

Esta obra estudia Internet y lo que denomina su folclore digital. Se aparta de las tesis de Richard Dawkins para llegar a las acepciones más actuales de meme, y explica por qué esa simplicidad o estupidez no ha impedido que se convierta en un instrumento de denuncia social. Profundiza en que no funcionan de forma independiente, sino en lo que denomina "constelaciones de memes".

Ruíz Martínez, J. M (2018): "Una aproximación retórica a los memes de Internet", *Revista Signa* 27: 995-1021.

Un artículo muy completo que realiza una revisión bibliográfica de todas las definiciones e implicaciones del concepto de meme. Los analiza como objetos semióticos complejos y presta atención a sus principales cualidades retóricas, a su forma y a su potencial persuasivo en la conversación pública.

Ruiz Moscardó, J (2018): "La mayor comprensión para el mayor número: la posición de Noël Carroll acerca del "arte de masas", *Rev. Guillermo de Ockham*, 16(1), 37-44. doi: <https://doi.org/10.21500/22563202.3581>.

Revisa las teorías de Carroll, concluyendo que el arte masificado buscará la accesibilidad, pero no nos dirá nada acerca de qué estructuras específicas conforman esta última; para ello, según este autor, resulta insuficiente la propuesta de Carroll.

Segev, E. *et alii* (2015): "Families and Networks of Internet Memes: The Relationship Between Cohesiveness, Uniqueness, and Quiddity Concreteness", *Journal of Computer-Mediated Communication* 20: 417-433.

Artículo que estudia las tipologías de los memes a partir de más de cincuenta constelaciones y más de mil ejemplos.

Shifman, L. (2014): *Memes in Digital Culture*. Cambridge, Massachusetts: MIT University Press.

Profundo estudio que analiza características de los memes, tales como la longevidad, la fecundidad y la fidelidad. Explica la multiplicación de los memes en la actualidad aportando la denominación de "lógica hipermemética" entre otras.

Zipes, J. (2014): *El irresistible cuento de hadas. Historia cultural y social de un género*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Se centra en los cuentos tradicionales y en la manera en la que compiten a través de generaciones de evolución cultural, hasta que sólo sobrevivieron los cuentos más aptos. De hecho, Zipes afirma que estos cuentos de la tradición oral son memes en sí mismos.

Zipes, J. (2008): "What Makes a Repulsive Frog So Appealing: Memetics and Fairy Tales", *Journal of Folklore Research. An International Journal of Folklore and Ethnomusicology*, may 2008, 45 (2): 109-143:

Bustos, J. (2016): "Esto no es serio". *El Mundo*, 22 de enero, <http://www.elmundo.es/opinion/2016/01/22/56a129a1268e3ed2018b4575.html>