

**PROYECTO MEMES
CAPÍTULO 1
MEMES: LOS NUEVOS PALIMPSESTOS**

Julieta Coloma
Ignacio de la Sota
Juan Ignacio Herrera
María José Pedernera
Juan Velis
Camila Bejarano Petersen

Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata

Resumen

El siguiente trabajo es un capítulo del proyecto de investigación en curso *Proyecto Memes* que se enmarca dentro de la adscripción de la cátedra de Guión III, de la carrera de Artes Audiovisuales, FBA, UNLP.

En 1982 Gérard Genette publica *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*, donde estudia al texto literario desde su forma lingüística proponiendo un análisis basado en el concepto de la *transtextualidad*. Este concepto se basa en la idea que todo texto - entendiéndolo como *texto* a todo objeto perteneciente a la cultura- parte de un texto previo.

A partir de este concepto, nos interesa comprender al meme como un objeto propio de la cultura, analizándolo como un fenómeno de carácter transtextual. De esta manera, nos proponemos reactualizar lo planteado por Genette desde un lenguaje artístico visual, y por otro lado, analizar la figura del prosumidor.

Palabras claves: Meme - Transtextualidad - Prosumidor - Artístico - Objeto Cultural

1. Introducción

En el marco del proyecto de adscripción de la Cátedra de Guión 3 llevamos a cabo un trabajo de investigación centrada en un objeto de estudio vinculado a la cultura contemporánea actual: la figura del meme. En dicho trabajo nos proponemos establecer un análisis atendiendo a los aspectos del meme desde una perspectiva que contempla tanto su condición estética como su dimensión artística.

Hoy en día, consumimos y producimos fenómenos culturales a diario, sin pensar mucho en su modo de funcionamiento. Unos de estos casos es el meme, que opera

de acuerdo a su contexto, con una inmediatez en su lógica discursiva, fugaz, múltiple y que posee un gran alcance en las redes sociales. En este sentido, nos interesa enfocarnos en el fenómeno del meme poniendo en consideración su potencialidad transtextual. Por lo tanto, nuestro propósito de este trabajo es la actualización de material bibliográfico de la cátedra para poder aplicar, y luego analizar y problematizar, a las prácticas contemporáneas que nos rodean cotidianamente. Tomamos como eje central el escrito analítico *Palimpsestos* de G. Genette (1982), quien estudia al texto literario desde su forma lingüística proponiendo un análisis basado en el concepto de la transtextualidad.

A partir de la necesidad de trasladar estos planteamientos a un enfoque audiovisual, es que descubrimos la existencia del meme como medio y objeto de expresión contemporáneo, próspero a ser investigado en el cual, advertimos una escasa presencia de enfoques desde el estudio de los procedimientos estéticos del meme como tal. Entonces, reafirmamos la necesidad de indagar en el carácter artístico del meme, teniendo en cuenta que no sólo no se sabe mucho sobre el mismo sino que mucho menos se encuentra estudiado a partir de esta perspectiva; las investigaciones previas al respecto sólo se basan en su carácter lingüístico (Richardson and Hockin, 2010) y en el estudio sobre la satirización de eventos pertenecientes al ámbito político a través de los memes.

En síntesis, si bien afirmamos que el fenómeno del meme se produce en un marco contemporáneo, existiendo como un hecho reciente y corriente; los niveles de categorización expuestos por Genette nos sirven para fundamentar los núcleos de análisis propuestos en la investigación que parten de esa conjetura inicial a la que hacíamos mención. La idea de que todo texto se encuentra intrínsecamente ligado a uno preexistente - y con *texto* referimos a la comprensión de toda práctica y/u objeto que surge desde la propia cultura - representa el posicionamiento teórico que tomamos con respecto a nuestro objeto de análisis y que sostenemos a lo largo del trabajo en cuestión.

2. El estado del arte en los memes

Antes de realizar un recorrido sobre los antecedentes de los estudios del meme en cuanto a sus relaciones de tipo transtextual, es preciso aclarar que Genette al desplegar sus categorías transtextuales jamás las pensó en términos de memes, sino que se trata de un estudio de carácter literario. Sin embargo, su propuesta se puede transponer a nuestro objeto de estudio debido a que el meme posee una lógica de funcionamiento transtextual. Por ejemplo, podemos dar cuenta cuando un meme está

haciendo uso de la categoría de la intertextualidad por medio de una alusión, y esto es algo que sucede a menudo en los memes. La *intertextualidad* es entendida por Genette como “una relación de copresencia entre dos o más textos” (Genette, 1982, p. 10), siendo la alusión una forma de intertextualidad que parte de “un enunciado cuya plena comprensión supone la percepción de su relación con otro enunciado al que remite necesariamente tal o cual de sus inflexiones” (Genette, 1982, p. 10). Este ejemplo nos permite afirmar que la alusión - al igual que el resto de las categorías que propone el autor- no es sólo propia de la literatura, sino que es trasladable a otros campos y/u objetos de estudio. Ahora bien, nos interesa pensar cómo estas categorías aún no han sido puestas en diálogo con los memes teniendo en cuenta la dimensión artística que significa la producción formal de los mismos. Para poder ofrecer una investigación que arroje esta nueva perspectiva, necesitamos volver sobre lo que se ha estudiado del meme y sus relaciones transtextuales.

En principio obtuvimos un diagnóstico de dos tipos. Por un lado, el término *meme* no se encuentra dentro de la Real Academia Española, más precisamente en el diccionario online, actualización 2017, lo cual nos remite a su condición novedosa y actual del mismo, ya que el diccionario funciona como una reserva de todos aquellos términos de usos sociales, tradicionales del lenguaje. Sin embargo, la palabra *tuit* está incluida en el diccionario, haciendo eco de las imposibilidades para dar con una definición precisa sobre lo que incluye y excluye nuestro objeto de estudio. Por otro lado, nos encontramos con que los estudios del meme y la transtextualidad suelen llevarse a cabo desde la sociología y la comunicación social, teniendo en cuenta su existencia para el estudio de casos particulares; por ejemplo el Dr. Arango Pinto, mexicano especializado en Ciencias políticas y sociales, lo utiliza para hacer un análisis sobre la *Reforma en Telecomunicaciones en México* (Pinto, 2017). Con esto último queremos enfatizar en la ausencia del estudio sobre el aspecto material y formal del fenómeno. Estas consideraciones nos permiten generarnos una serie de interrogantes tales como: ¿Por qué no forma parte del diccionario *oficial* de la lengua castellana si es una construcción de un lenguaje, de pensamiento y expresión en la misma? ¿Acaso su condición efímera y volátil no se lo permiten? Si las palabras *tuitear* y *tuit*, surgidas en la red social Twitter, se encuentran allí, ¿por qué el meme se ve excluido en ese diccionario? Estas y otras preguntas, nos hacen reflexionar sobre la necesidad de investigar el meme desde el estado del arte, pero sin olvidar que el mundo simbólico de estos, transitan por diversas disciplinas que exceden la artística.

La intertextualidad que tienen los memes con la cultura popular es de vital importancia. Estos, al representar un fenómeno cibernético, habitan en el espacio internáutico donde los usuarios están conectados entre sí y dialogan de forma efímera,

conllevando a un canal de comunicación particular propio de la posmodernidad. Tal es así que en el artículo “Yuxtaposición, intertextualidad y humor en los memes” de la *Reforma en Telecomunicaciones en México*, de Arango Pinto, se afirma que:

“los procesos de producción simbólica digital son el resultado del entramado de múltiples conexiones que son posibles en los mundos de vida de las personas: textos, voces, discursos en una palabra, que constituyen nuestras experiencias y nos sirven para establecer relaciones intertextuales con lo que producimos como enunciadores” (Arango Pinto, 2017: 314).

Este entramado de relaciones se debe a la Internet, plataforma por excelencia para los memes, y la sustracción de elementos de la cultura de masas y de la industria cultural (ya sean fotografías, publicidades, películas, entre otros) donde los cibernautas le otorgan significados, apuntando a la ironía y a la sátira de la sociedad y el consumo de la misma. Cabe destacar que esta polifonía de voces de usuarios producen un entramado de memes donde se logra congeniar y reproducir sentidos a partir del *meme fuente* a uno nuevo, que incluye connotaciones del anterior.

El meme está ligado directamente a su condición digital, presenta características que aseguran la velocidad en la difusión y la propagación viral. Cabe destacar esta afirmación gracias a los estudios realizados por Arango Pinto descritos bajo un eje pedagógico y comunicacional, en el que sostiene que “al ser digitales, los contenidos no sólo son más fáciles de almacenar, sino que su reproductibilidad a gran escala y velocidad está plenamente garantizada” (Arango Pinto, 2015, p. 118 y 119). Esta naturaleza habilita la maleabilidad de los contenidos por parte de los internautas, lo cual posibilita una retroalimentación constante para con el objeto. La condición digital planteada por el autor, permite la inmediatez tanto de su difusión como de su creación debido a las redes sociales y a los software de edición de imagen. Esto conlleva a que el receptor pueda reelaborar los sentidos y significados del meme para así desarrollar uno nuevo y difundirlo. Por lo tanto, se destaca que el meme no sólo se integra dentro de los contenidos digitales, sino que su propia condición *palimpséstica* requiere de este *feedback* para constituirse como tal.

El humor es una característica trascendental en los memes, tal es así que para sostener y ejemplificar lo enunciado, compararemos la Imagen 1 y la Imagen 2. La imagen 2 es una obra de René Magritte llamada “Esto no es una pipa”, que se encuentra enmarcado en la serie “La traición a las imágenes” de 1928. La Imagen 1, es un meme en el que conviven dos textos: la obra fuente ya mencionada a la que remite y la nueva obra generada a partir de dicha alusión. El efecto cómico que se genera en éste (Imagen 1) proviene de dicha relación intertextual, en la cual el meme adquiere su efecto: surge a partir de un contexto sociocultural que difiere al del artista

belga, ya que satiriza la representación del lenguaje visual cibernético (un *giff*), y se genera un efecto donde el usuario debe reconocer la obra de Magritte para comprenderlo. El meme se encuentra enmarcado en un determinado proceso sociohistórico cultural, atravesado por la influencia de las *vanguardias de principios de siglo XX* (dicha conexión se ahondará en el Capítulo 3). Por ende, es preciso señalar, que si bien son imágenes que circularon en canales y contextos disímiles, retomando el concepto de intertextualidad planteado anteriormente, hay una relación temática en la que ambas proponen una crítica, una revisión del lenguaje visual, ya sea en formato digital o plástico.

La intertextualidad está relacionada estrechamente con la yuxtaposición de imágenes a partir del montaje, ya que se obtiene la transfiguración del texto fuente para generar otro, en el cual éste sostiene y reenvía cualidades junto a una puesta en valor diferente y propia. Por lo tanto, seguimos sosteniendo que los elementos que determinan al meme como tal no son estancos, sino que están constantemente vinculados y/o fusionados entre sí. Para ejemplificar lo dicho vemos la Imagen 3: en este meme se encuentra el personaje Ackbar, perteneciente a la serie cinematográfica *Stars Wars* (George Lucas, 1977), producto cultural muy arraigado y preponderante en la cultura popular. Éste enuncia la célebre frase: “es una trampa” en la cual la imagen mencionada, describe lo contrario. De esta forma, se relaciona con la obra de Magritte resignificando su sentido, en el que prevalece su función *paródica* (esto será analizado con mayor profundidad en el Capítulo 3, apartado de Estilo de época). Retomando una vez más el montaje y la relación entre ambas obras, se determina este vínculo gracias al *collage* entre la obra del artista belga y el personaje de *Stars Wars*, la tipografía y la pipa son elementos visuales correspondientes e identificables a la obra fuente. Por último, no sólo hay una apropiación visual en el meme sino que también lo hay en la enunciación, es decir que hay un montaje en el lenguaje escrito ya que la palabra *pipa* es reemplazada por *trampa*. Esto permite que el lenguaje visual y escrito trabajen en conjunto, donde se articula el texto con la imagen y viceversa, entendiendo de esta manera que el meme es un fenómeno estético que no destaca solamente por las propiedades del lenguaje visual sino también con el lingüístico, poniendo así en tensión y en juego el marco de enunciación propio que dictamina.

En conclusión, planteamos a los memes como fenómenos estéticos que se conforman como una potencial forma de arte, poniendo en tensión la construcción de lenguajes y sentidos que proponen. Esto se debe gracias a la relación que subyace entre el meme y el prosumidor, concepto que se abordará más adelante. Dichos fenómenos surgidos en las redes, funcionan bajo una lógica de montaje donde sus significados y propuestas no recaen en una mera propuesta estético-ideológica, sino también en una

lectura, reconstrucción y asociación de ideas mentales que realizan los consumidores de memes. Por ello, estos ponen en juego sus saberes previos a partir de la manipulación simbólica y material de los memes, a partir del alto nivel de interacción entre el usuario y ellos. Por ende, es preciso señalar que estos prosumidores desglosan los elementos retóricos, temáticos y semánticos que conforman y constituyen a este fenómeno cibernético como tal. De esta manera, se habilita una apropiación simbólica, se reconoce su condición de fenómeno que transita y se reproduce entre y por los usuarios, creando y recreando el universo y los códigos que abarcan los memes.

Retomando nuestra propuesta de investigación, al meme lo podríamos considerar como un objeto cultural debido a las cualidades descritas anteriormente (su influencia en la cultura popular, su lógica de construcción y la relación usuario-objeto). Por ende, cabe destacar, que su masificación ha trascendido fronteras tales como las noticias, la indumentaria y baratijas de diseño. Aquí nos adentramos a un terreno interesante de los objetos culturales: la mercantilización, la cual grandes corporaciones han apropiado como estrategias de marketing y de publicidad para atraer a las audiencias por medio de las redes sociales (Ver Imagen 4 y 5).



Imagen 1. Anónimo.

Imagen 2. Magritte, óleo, 1928.

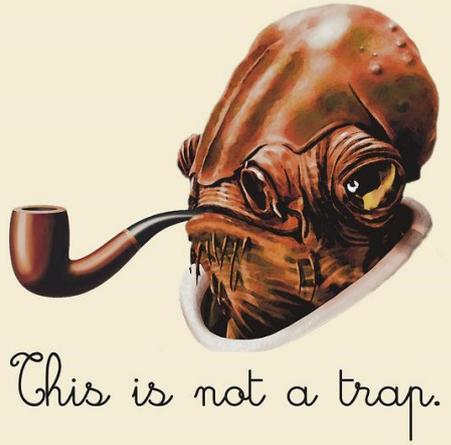


Imagen 3. Anónimo. de la

Imagen 4. Captura de pantalla de Instagram de la cuenta oficial de Gucci.



Imagen 5. Valla publicitaria de Virgin.

3. El rol del prosumidor

“Yo no leo diarios, veo memes”, es algo que cualquier persona podría manifestar hoy, a modo de comentario, sin temor a equivocarse. ¿Acaso un meme también *informa*? ¿Quién genera esa información? A raíz de esto, nos queda por definir el

funcionamiento de un actante protagónico en el conglomerado actual: el rol del *prosumidor*.

El término hace su primera aparición en el escrito de tinte futurista *La tercera ola* de Alvin Toffler (1979); pero, en principio, intentaremos esclarecer algún tipo de definición acerca de su figura. Tenemos en claro que se trata de un término que reúne, o bien fusiona, a dos palabras diferentes (proceso lingüísticamente denominado como *acrónimo*) que adquieren una significación propia, común y apropiada por un léxico habitual, cotidiano, por convención si se quiere. Más precisamente, se trata de una fusión entre las palabras *productor* y *consumidor*, originalmente en idioma inglés (*producer* y *consumer*), donde se atiende a la renovación de un consumidor exigente, alerta y dispuesto a la evaluación y valoración de un producto determinado -aunque también podríamos hablar de servicios o, en un sentido más amplio y global, de conocimientos, ideas o conceptos-. En el mundo actual, en medio de un presente vertiginoso, difuso y ambiguo, el prosumidor ya no se conforma, y esto es realmente lo más significativo. Nuevos adjetivos y atributos se añaden a su posicionamiento como tal: el prosumidor es crítico, es capaz de definir y asegurar sin titubear cuáles son los pros y los contras de determinado producto y, sobre todo, se niega a aceptar lo previamente establecido de determinada manera, principalmente aquellos objetos culturales o mercantiles que presentan aspectos rígidos, monótonos o maquinales. Por esto mismo el prosumidor es en cierta forma un ícono de los tiempos posmodernos, un emblema del posfordismo, porque se atiende a la demanda y a la puesta en valor a partir de ella. Hoy el prosumidor toma decisiones, opina y es escuchado; y es necesario admitir que la gran mayoría de estas cualidades se las supo proporcionar la World Wide Web. Por lo tanto, este nuevo actante posee un área de trabajo precisa que se encuadra en el momento que estamos viviendo, en nuestra época: las plataformas online y los canales de navegación virtuales con los que convivimos y nos comunicamos día a día.

El prosumidor *informático*, entonces, genera ideas y contenidos, crea, explora sus múltiples dimensiones de creatividad y piensa, porque ya no se trata de sujetos estáticos y preestablecidos en un orden determinado sino de sujetos activos y productivos que entran en acción y, efectivamente, también en confrontación. Pero en este *mundo de la prosumición* gana la multiplicidad y la variedad, la diversificación de las ideas, de los nuevos diseños y de las renovadas expresiones, y eso en cierta medida inhabilita la competencia y la competitividad. En otras palabras, la clamada competencia mediática propia de los grandes medios hegemónicos, pierde ante las nuevas formas expresivas de los prosumidores (como los memes, por ejemplo).

El prosumidor hoy se alza y enuncia: “Mi opinión importa”, y es así que su opinión será aquella que restablezca los sentidos y los códigos en un campo de trabajo determinado, como ocurre en el caso de los memes. Si hoy en día un individuo puede asegurar muy concienzuda y apaciblemente que no precisa más que ingresar a la web (ya sea por una computadora, un teléfono celular o cualquier tipo de dispositivo tecnológico) para *informarse*, estamos hablando de una muy estudiada estrategia propia de un prosumidor. O, ciertamente, de alguien que piensa como prosumidor, y sabe muy bien cómo ponerse en su lugar y atender a esas cuestiones. El prosumidor es capaz de degenerar, generar y regenerar, en todas sus determinaciones e implicancias, y en cierta medida es dueño de la verdad. O al menos de la verdad del momento, de la verdad de ese día y de ese instante, o de una verdad satirizada, ridiculizada. Lo que no se puede negar es que da cuenta de cierta verdad, porque el observador que contempla y luego piensa el meme, puede sentirse libre de, una vez finalizado su accionar como consumidor, transformarse él mismo en el que lleve a cabo la producción. De un momento a otro, aquí y ahora en cualquier circunstancia y en cualquier lugar, el que consume también produce, también informa (porque a la vez *da forma* a algo) y también puede sentirse *dueño de la verdad* y establecer su opinión -de forma paródica, o satírica (Genette, 1982)-.

Ahora bien, ¿podríamos llegar a considerar *artista* a un prosumidor?, ¿podrían los memes ser considerados como una forma de arte? ¿o acaso deberíamos afirmar que utilizan procedimientos que provienen del arte para así llegar a constituirse como tales? Ciertamente estos interrogantes atienden a otro prolongado e intrincado debate, donde la interpelación más concordante sería cómo considerar a las expresiones artísticas en el seno de la posmodernidad. Por ejemplo, es sabido que numerosos autores y pensadores del arte refieren a la existencia de un *co-autor*, con lo que respecta a las nuevas formas de expresión artística donde el espectador de pronto es más que un mero observador. El público participa, interactúa, forma parte de la obra, y así alcanza cierto grado de *creador* al igual que el artista que la originó. En estos parámetros podemos ubicar a la emergente figura del prosumidor (trazando la analogía: artista/observador-productor/consumidor), por más que cueste tanto encasillarlo.

Referencias bibliográficas

Arango Pinto, L. (2017). Yuxtaposición, intertextualidad y humor en los memes de la Reforma en Telecomunicaciones en México. En *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*.

Arango Pinto, L. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. En *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*.

Genette, G. (1982). Caps. I y VII. En *Palimpsestos*. Madrid, España, Ed Taurus [1ra ed cast.]

Toffler, A. (1979). *La tercera ola*. Estados Unidos, Ed. Bantam Books. .