

Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica

Uma aproximação ao fenômeno dos memes em Internet: chaves para sua compreensão e possível integração pedagógica

An approach to the phenomenon of Internet memes: keys for their comprehension and possible pedagogical integration

Luis Gabriel Arango Pinto¹

Resumen *El presente artículo es un estudio exploratorio del fenómeno de los memes en la cultura digital. Con base en una investigación teórica, que incluyó a la memética tradicional, la revisión documental como metodología permitió concluir que los memes en Internet pueden ser entendidos desde la comunicación a partir de la resignificación y la irradiación de contenidos. Asimismo, estos memes implican la movilización de habilidades, conocimientos y actitudes en su creación y transmisión, lo que constituye una línea abierta para su posible integración pedagógica.*

Palabras clave: *Memes; Internet; Cultura digital; Comunicación; integración pedagógica.*

Resumo *O artigo é um estudo exploratório sobre o fenômeno dos memes na cultura digital. Com base em uma pesquisa teórica, que incluiu a memética tradicional, a revisão documental como metodologia permitiu concluir que os*

¹ Doctor en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en ciencias de la comunicación. Profesor Titular de Tiempo Completo en la Universidad Pedagógica Nacional. Área Académica 1: Política Educativa, Procesos Institucionales y Gestión. Col. Héroes de Padierna Del. Tlalpan, C.P. 14200, México, D.F. E-mail: arangolou@gmail.com

memes de Internet podem ser entendidos pela comunicação a partir da resignificação e irradiação de conteúdos. Também, os memes envolvem a mobilização de habilidades, conhecimentos e atitudes em sua criação e transmissão, o que constitui uma linha aberta para uma possível integração pedagógica.

Palavras-chave: Memes; Internet; Cultura digital; Comunicação; Integração pedagógica.

Abstract *This paper is an exploratory study about the phenomenon of memes in digital culture. Based on a theoretical research, that included traditional Memetics, the literature review as a method allowed us to conclude that Internet memes can be understood by the communication science from the resignification and irradiation of contents. In addition, these memes involve the mobilization of skills, knowledge and attitudes in their creation and transmission, which is an open line for a possible pedagogical integration.*

Keywords: Memes; Internet; Digital culture; Communication; Pedagogical integration.

Data de submissão: 20/02/2014

Data de aceite: 02/03/2015

Orígenes del término

Los llamados *memes* son, de acuerdo con teorías de difusión cultural, una unidad de información cultural que se transmite de un individuo a otro o de una generación a otra. Algunos autores como Dawkins (1979), Blackmore (2000) o Auger (2004), más o menos comparten la idea del *meme* como equivalente del gen: mientras éste transmite información genérica, el *meme* la transmite de forma cultural, longitudinal u horizontalmente, por aprendizaje.

Fue Richard Dawkins quien acuñó el término en el libro *El gen egoísta*, por la semejanza fonética con *gene* (*gen* en inglés) y para señalar la similitud con memoria y mimesis. Para Dawkins, las ideas, los hábitos y las tradiciones van comunicándose. Así, lenguajes, conocimientos, mitos, ritos, etc., son aprendidos.

De acuerdo con el estado del arte existente, se sostiene que el aprendizaje de un *meme* puede darse de varias formas y se manejan términos indistintamente que no necesariamente son lo mismo: por imitación, asimilación, enseñanza o apropiación.

Con base en estas concepciones, la transmisión de la cultura implica un proceso de asimilación mental y afectiva mediante la interacción con el medio cultural, manifestándose un fenómeno con características similares a las de un proceso evolutivo.

Así, fidelidad, fecundidad y longevidad son tres características para que un *meme* pueda replicarse con éxito: la fidelidad tiene que ver con que un *meme* siga siendo reconocible después de múltiples procesos de transmisión; la fecundidad con su potencialidad o capacidad de fuerza para ser transmitido y la longevidad con su perdurabilidad en el tiempo (Dawkins, 1979). De este modo, la información cultural se transmite de cerebro a cerebro en unidades consideradas como simples (un concepto, una técnica, una costumbre, entre otros) y que van conformando sistemas más complejos. Estas unidades, que Dawkins llama *memes*, son también replicadores culturales a través de los cuales la cultura evoluciona.

En este orden de ideas, Susan Blackmore reflexiona las aportaciones de Dawkins:

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).

No obstante, para Robert Aunger (2004) los *memes* sólo pueden existir como ideas que después dan sustento a comportamientos o artefactos para poderse comunicar. Según él, los *memes* viven en el cerebro e incluso llega a proponer que son resultado de una actividad neurológica que incluye procesos electroquímicos.

Varios de los autores referenciados están convencidos de una especie de darwinismo universal, diáfano para el mundo científico. Si se acepta la idea de la existencia de replicadores como los genes, también se está de acuerdo con que hay replicadores culturales con reglas semejantes a las de la selección natural. Como vemos, las reflexiones en torno a estos fenómenos ya ha recorrido su camino, pero la discusión en torno a los *memes* en Internet vistos por la comunicación es más joven aún.

Los memes en la cultura digital

¿Qué tanto hay escrito del fenómeno?

Como resultado del estado del arte realizado (ver Figura 1), uno de los trabajos pioneros en el estudio de los *memes* en Internet es *Evolution of Memes on the Network: from chain-letters to the global brain*. En este texto, su autor, Francis Heylighen, propone como característica esencial del fenómeno la reproductibilidad. Acudiendo nuevamente a la comparación con los genes, los *memes* también se reproducen en copias, lo cual amplía su distribución. De igual forma, así como los genes van

introduciendo variaciones con el tiempo, algo similar ocurre con los *memes*. Reproductibilidad y variación, son pues, las características que ve Heylighen.

Dentro de las formas para transmitir *memes*, Heylighen considera que “el medio más importante en el presente es la red computacional global emergente, la cual puede transmitir cualquier tipo de información a prácticamente cualquier lugar en el planeta” (Heylighen, 1996). Ante esto, la fidelidad, fecundidad y longevidad se ven trastocadas por el nuevo entorno tecno-informacional. Por ejemplo, los procesos digitales permiten que la reproducción de información en Internet se lleve a cabo sin tantas pérdidas de datos como en los procesos por fotocopiadoras o cintas magnéticas, lo cual también se relaciona con una difusión a gran escala, en poco tiempo y con una permanencia indefinida. Heylighen pone como ejemplos de los primeros *memes* en Internet a las cadenas de correo electrónico: mensajes distribuidos masivamente, prácticamente sin ninguna modificación.

Otros trabajos importantes en el estudio de los *memes* son *Assessing Global Diffusion with Web Memetics: The Spread and Evolution of a Popular Joke* (Shifman y Thelwall, 2009) y *Online Memes, Affinities, and Cultural Production* (Knobel y Lankshear, 2007). En el primero, los autores sostienen que ningún otro medio como Internet tiene la capacidad de ser un transmisor global de *memes*. En ese artículo, Shifman y Thelwall demuestran cómo un chiste sobre tecnología y hombres y mujeres va mutando en múltiples versiones mientras se difunde en Internet. El resultado es que la narración va adquiriendo características según los distintos idiomas y países, pero conserva elementos originales de la versión en inglés. En la segunda investigación, Knobel y Lankshear estudian la práctica social de propagación online de *memes* como una dimensión de la producción y transmisión cultural. Según ellos, los *memes* poseen un poder descriptivo y explicativo con respecto al desarrollo cultural (Knobel y Lankshear, 2007, p. 203). Asimismo, distinguen tres características para que un *meme* sea exitoso: 1) el humor, 2) una intertextualidad basada en múltiples referencias a la cultura popular y 3)

yuxtaposiciones sobre todo de imágenes deliberadamente provocativas, estafalarias o poco convencionales.

En Latinoamérica, una aportación valiosa es la presentada por Raquel da Cunha Recuero. Esta autora brasileña propone una taxonomía de *memes* vistos en *weblogs*, basada en las características dadas por Dawkins y enriquecida por ella misma. Por el criterio de fidelidad, a los *memes* los caracteriza como “replicadores”, “miméticos” o “metamórficos”; por longevidad, como “persistentes” o “volátiles”; por fecundidad, “fecundos” o “epidémicos”. Por último, en cuanto a alcance, los clasifica en “locales” o “globales” (da Cunha, 2007).

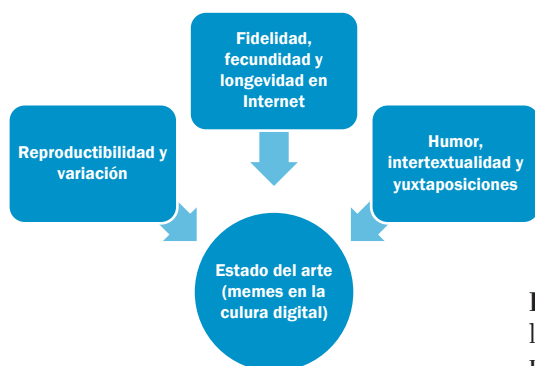


Figura 1. Estado del arte de los *memes* en Internet.

Fuente: Elaboración propia del autor.

Actualmente, en la cultural digital los *memes* son entendidos comúnmente como cualquier texto, imagen o video que, con cierto sentido humorístico, se comparte en las redes sociales. Vélez (2012) da otra definición al entender al fenómeno como “un derivado ‘pegajoso’ de algún aspecto de la cultura pop, que se parodia y repite hasta el punto que sus orígenes y su significado original se vuelve difuso y completamente mutilado, más allá de su reconocimiento o humor” (p. 114).

En el contexto de México, han existido *memes* de gran trascendencia a lo largo de los años. Sólo como ejemplos de videos, podemos mencionar los casos de “La caída de Edgar” y “Hitler se entera”, este último de impacto incluso internacional.

El primer caso, es de dos amigos mexicanos: Edgar y Fernando. Edgar está a punto de cruzar un riachuelo sobre unos troncos que Fernando mueve hasta tirar a su amigo. Un tercero graba todo en video y lo difunde a través de *YouTube*. De ahí en adelante, múltiples usuarios se apropiaron del material construyendo una versión propia: *Mortal Kombat*, *Star wars*, *Mario 64*, *Street Fighter* y algunas más (ver Figura 2).



Figura 2. La caída de Edgar

Fuente: <<http://www.youtube.com>>

En el segundo caso, aprovechando una secuencia de la película *Downfall* (*La caída*), se han montado parodias acerca de la política, los deportes y la cultura en general. Así, encontramos que “Hitler se entera” (“Hitler is angry”, en inglés) de que un equipo de fútbol ha perdido nuevamente una final o de que algún político –un candidato a la presidencia, por ejemplo- dijo o hizo algo inconveniente (ver Figura 3).



Figura 3. Hitler se entera

Fuente: <<http://www.youtube.com>>

En cuanto a imágenes, existen incluso generadores de *memes* como en www.memegenerator.es, memegenerator.com o generator.mexico.com. Ahí encontramos viñetas o fotografías de actores, actrices, políticos, deportistas, entre otros. Aprovechando la imagen y a través de un texto breve, cada usuario cuenta una historia distinta, pero con un origen común. En este sentido, el *meme* se difunde o contagia, pero en el camino va mutando (ver Figura 4).

En los *memes* de la Figura 4, es el Presidente de México el que aparece con un grupo de colaboradores. Es notorio cómo se trata de la misma imagen, pero con un texto distinto, lo que reconfigura el sentido. En la imagen de la izquierda, el texto alude a que para el entonces candidato, no habría fraude en las elecciones. La imagen de la derecha hace alusión a cómo la reforma en telecomunicaciones, del ahora Presidente,

iba a combatir a las grandes empresas que controlan los mercados. Por su puesto, en ambos casos se trata de una ironía, al existir escepticismo por parte de los creadores de estos *memes*, tanto en un tema como en el otro.



Figura 4. Memes de imágenes

Fuente: <<http://desmotivaciones.es>> y Zoon Politikon México

¿Qué hace posible el fenómeno de los memes en Internet?

La digitalización de la información y la interactividad de los nuevos medios facilitan la construcción y difusión de los *memes* en las redes sociales, los cuales son contenidos que se irradian y resignifican constantemente, y cuyo proceso creador moviliza habilidades, conocimientos y actitudes específicas.

Esa digitalización y la capacidad de las nuevas tecnologías para dar mayor cabida a la participación de los usuarios (Bettetini, 1995) generó no sólo que éstos fueran fuentes de contenidos propios, sino que encontrarán los canales propicios para su socialización.

Mucho se ha discutido acerca de cómo los procesos de digitalización han abonado a la apabullante existencia de información y su transmisión a través de las redes telemáticas que dan soporte hoy a las comunicaciones a distancia. Al ser digitales, los contenidos no sólo son más fáciles de almacenar, sino que su reproductibilidad a gran escala y velocidad

está plenamente garantizada. Asimismo, las técnicas de creación, manipulación y diseño de contenidos han sido totalmente trastocadas por procesos digitales; es decir, crear o modificar información –que está en el origen de una *meme* en Internet- es un proceso de trabajo digital.

A decir de Scolari:

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).

Adicionalmente, esos contenidos que se crean o modifican también se transmiten. Sin embargo, dicha transmisión no está enmarcada en el *one way communication* referido por Gianfranco Bettetini, sino que es una transmisión entre usuarios (de muchos a muchos), debido a la interactividad de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Opuesta al autoritarismo o unidireccionalidad de los medios generalistas (Wolton, 2000), básicamente la interactividad implica un diálogo con y a través de tecnologías, pero quizá lo más importante es que los nuevos medios se abren para admitir las exigencias del usuario y satisfacerlas. Esto implica no sólo mayor participación del usuario en la selección de contenidos, sino en su creación y transmisión.

“La digitalización y la interactividad han planteado un desafío a la hegemonía del lenguaje y la escritura como únicos medios de expresión de la racionalidad” (Vizer, 2009). Y no sólo de la racionalidad, sino también de las emociones. Hoy, nuevos entornos de circulación simbólica caracterizan nuestras interacciones. Hablamos, pues, de una era de las hipermediaciones, concebidas como:

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, p. 113-114).

Así, las Tecnologías de la Información y la Comunicación no sólo han influido en la transformación del mundo, sino que inciden en las percepciones que los individuos tenemos de ese mundo. En este contexto, la cultura digital, íntimamente relacionada con el advenimiento de las TIC, puede considerarse como un fenómeno que ha trastocado las áreas del quehacer humano, estableciendo cambios comunicacionales, cognitivos y emocionales.

Irradiación y resignificación

Existe ya desde hace varios años un trabajo exhaustivo de autores cercanos a la comunicación para definir y comprender el nuevo paradigma tecno-informacional (Mattelart, 2002) o esta era de la información en la que vivimos (Castells, 1999). Por ejemplo, el investigador mexicano Raúl Trejo Delarbre, en su libro *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos* (2006), define como uno de los rasgos de la sociedad contemporánea a la *irradiación* de contenidos: “la Sociedad de la Información también se distingue por la amplia, instantánea e incluso reiterada propagación que alcanzan los contenidos difundidos en ella” (Trejo, 2006, p. 94).

No obstante, antes de pensar en irradiar, la información primero que nada debe existir. Y al existir en gran escala, lo que tenemos enfrente es **exuberancia**. Un alud de datos que se irradian sin precedentes, es lo que constituye el escenario actual de Internet donde se crean los *memes*.

De la veintena de rasgos de la sociedad de la información establecida por el autor, la **libertad**, **heterogeneidad**, **velocidad**, **volatilidad** y **multilateralidad**, además de la **exuberancia**, **irradiación** e **interactividad** descritas con anterioridad, son las que encuentro más relacionadas con

el fenómeno de los *memes*. De hecho, me atrevería a decir que su reproductibilidad característica, vista por la memética tradicional, puede ser explicada en los términos de la **irradiación**.

Existe **libertad** del usuario para diseñar o compartir esos *memes* y dotarlos del sentido que quiera; **heterogeneidad** porque se trata de un cúmulo de datos de múltiples formas y significados aleteando y recorriendo los caminos de la red; **velocidad** por la rapidez con que son propagados (más tarda en terminar algún hecho importante que en aparecer un *meme* alusivo); **volatilidad** por los cambios constantes que van sufriendo y que van determinando la vida de un *meme* (hoy es, mañana quién sabe); **multilateralidad** por venir e ir hacia todas direcciones, ya que no hay un único foco de irradiación.

García y Gertrudix (2011) comentan lo siguiente:

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 y GERTRUDIX, 2011, p.130).

El rasgo de la **irradiación** explica, pues, que el fenómeno de los *memes* sea contagioso cuando es transmitido por las redes sociales como *Facebook*, *Twitter* u otras. Estamos ante discursos heterogéneos que van y vienen de usuario en usuario con una rapidez asombrosa. En la propia terminología de las redes, hacer algo viral -es decir, compartir veloz y multilateralmente imágenes, videos o textos- es precisamente contagiar.

Recordando a Heylighen, la variación era la otra característica importante de los *memes*. Según autores pertenecientes a los estudios culturales en comunicación, más que consumidoras de mensajes, las audiencias son productoras de sentido: “decodifican o interpretan los textos comunicacionales en formas relacionadas con sus circunstancias sociales y culturales y con la manera en que experimentan subjetivamente dichas circunstancias” (Ang, citado por Lozano, 1996, p. 198).

Esto implica que, individuos culturalmente situados en su interacción con los medios, resignifican o resemantizan los contenidos propuestos. En la cultura digital, los *memes* se reinventan continuamente, se reciclan, van cargándose de significado a su paso por los espacios de comunicación dentro de Internet.

En términos generales, tanto la Escuela de Birmingham como la perspectiva latinoamericana defienden el carácter activo de las audiencias de los medios de comunicación. Aunque para los medios temáticos y no generalistas (Wolton, 2000) se utiliza más el término de usuario que el de audiencia, de todos modos hay un carácter activo en la exposición, acceso, uso o apropiación mediática y tecnológica.

En el centro de la actividad de la gente frente al medio están las diferentes lecturas que los actores sociales pueden darle a los contenidos. Con base sobre todo en aspectos de índole cultural, la audiencia televisiva o los usuarios de Internet dotan de significado al texto, imagen o video que llega a ellos. Por ello estamos ante una resignificación o resemantización: porque los sujetos otorgan un sentido a lo que previamente ya lo contenía. Precisamente, cada vez que un *meme* se transforma es porque existe un significado añadido del usuario. En estos casos, no sólo hay lecturas diferentes sino escrituras nuevas y distintas.

Para 1987, John Fiske ya había notado que el ingenio popular distorsionaba mensajes del sistema dominante para burlarse de él o criticarlo (Lozano, 1996). A este fenómeno, Fiske lo denominó *desincorporación*, un proceso por el cual algunos grupos subalternos toman elementos de la cultura hegemónica y se los apropian a veces con un sentido incluso subversivo.

“El retar los significados y al grupo social con derecho a elaborarlos, es parte fundamental de la afirmación de identidad en las subculturas y las diferencias sociales que logran mantener” (Fiske, citado por Lozano, 1996, p. 196). Lo anterior se da cuando, por ejemplo, un discurso del Presidente es fuente de inspiración para la elaboración de un *meme*. En este y otros casos –no en todos–, los *memes* se convierten en una práctica de resistencia. Y al haber humor de por medio, tales prácticas nos

redimen, pues la sátira o la ironía en algunos *memes* se convierte en un arma: “el hombre se encuentra en un estado de discrepancia cómica con respecto al orden del universo” (Berger, 1999, p. 77).

Los *memes* pueden entenderse, entonces, como un fenómeno de la cultura digital donde los sujetos involucrados reinterpretan definiciones de la realidad, creando sus propios significados. En este sentido, la variación como característica de los *memes* puede ser explicada desde la comunicación a través de la resignificación.

Habilidades, conocimientos y actitudes para una integración pedagógica

Como en la memética tradicional, los *memes* en la cultura digital implican propagación o contagio, pero también resignificación de la información transmitida. Asimismo, resultado de la identificación de sus características, se observa que en la construcción y difusión de estos contenidos se ponen en marcha **habilidades digitales, habilidades cognitivas, conocimientos y actitudes** por parte de los creadores (ver Tabla 1).

Habilidades digitales	Habilidades cognitivas	Conocimientos	Actitudes
Búsqueda y selección de información.	Observación.	De la realidad específica (contexto).	Crítica social.
Edición.	Análisis.	Noticiosos.	Curiosidad.
Difusión en la red.	Síntesis.	Ortográficos.	Creatividad.
			Respeto.

Tabla 1. Habilidades, conocimientos y actitudes en la construcción y difusión de memes.

Fuente: Elaboración propia del autor.

Habilidades

¿Sería posible una integración pedagógica de los *memes*? Sostengo que sí. Es factible desarrollar –en primera instancia- **habilidades digitales**, como la búsqueda y selección de información, la edición de contenidos y su difusión en la red.

Para que un estudiante elabore un *meme*, hace falta primero que nada que escoja un tema y, para tal efecto, tendrá que buscar la información necesaria para su construcción y después discriminarla, discernir entre lo que le sirve o no. En este sentido, la elección no resulta sencilla. La imagen o secuencia de video a escoger tendrá que estar anclada a ciertos conocimientos y a algunas actitudes para que sea creativa o crítica. Así, dentro del océano que presenta Internet en cuanto a información, establecer criterios de búsqueda ayuda a paliar la desorientación y guía el trabajo.

Aunque los generadores de *memes* son muy fáciles de utilizar, de todas maneras implican ciertos niveles de apropiación tecnológica. Lo más sencillo, si se trabajara con imagen, es entrar a uno de estos generadores y seleccionar la que sea más *Ad hoc* para los objetivos establecidos. Estos recursos web dan la posibilidad de trabajar, ya sea con fotografías de gente famosa en su mayoría (actores, cantantes, deportistas o políticos, entre otros), o con viñetas prediseñadas. Este material de *stock* queda a disposición del usuario para que cree su *meme* particular y lo resemantice.

Sin embargo, es probable que otras habilidades digitales se pongan en juego, como la edición de imágenes o videos con programas que van desde los más básicos hasta los más especializados. En este sentido, más que trabajar con recursos prediseñados, aquí la construcción es, por así decirlo, más compleja. Se pueden aprovechar imágenes o videos tomados por los propios estudiantes para luego editarlos de múltiples formas: optimizar, recortar, colocar texto o integrar audio, entre otros procesos.

Adicionalmente, difundir el *meme* en las redes sociales implica otra habilidad puesta en marcha. Hay que saber en dónde y cómo. ¿Qué plataforma es más rápida o pertinente para nuestros fines?, ¿la difusión

amerita colocar el *meme* en otros sitios?, ¿quiénes tendrán los permisos para acceder a nuestro trabajo? Estas son sólo algunas preguntas relacionadas con la transmisión del producto final.

Comúnmente, los estudiantes ya realizan procesos parecidos en su uso cotidiano de la tecnología. De este modo, se aprovechan sus conocimientos y experiencias previas para montar una estrategia pedagógica que favorezca el aprendizaje; es decir, los estudiantes construirán significados integrando los nuevos materiales de aprendizaje a los esquemas con los que ya cuentan para comprender su realidad: “los materiales de estudio y la información exterior se interrelacionan e interactúan con los esquemas de conocimiento previo y las características personales del aprendiz” (Díaz Barriga y Hernández Rojas, 2002, p. 35).

De manera obligada, en cuanto a **habilidades cognitivas**, por lo menos la observación, el análisis y la síntesis están presentes en la elaboración de un *meme*. Hay que observar para saber sobre qué tema podría hacerse, pues esta capacidad “es el paso inicial de cualquier proceso mental. Aprender a observar resulta fundamental para la memoria sistémica y no debe estar sujeto a lo que se desea ver, sino al compromiso de observar la realidad” (Rivera, *et al.*, 2010, p. 35). Ver lo que nadie ve implica que dicha observación se realiza creativamente; es decir, proyectar una nueva mirada sobre las cosas.

Después, habrá que analizar ese fenómeno observado. Así, analizar es una cualidad humana a través de la cual estudiamos algo destacando sus elementos constitutivos. Implica descomponer, distinguir, comparar y destacar componentes de ese fenómeno en aras de su comprensión.

Finalmente, el trabajo a realizar será sintético. Por definición, la síntesis consiste en unir las partes que forman un todo; es mirar y tener algo nuevo: un producto final. El proceso de análisis-síntesis toma lo real para descomponerlo y volver a recomponerlo después. En este sentido, el *meme* es una reconstrucción de la realidad. El resultado es algo conciso, al punto, no es un trabajo escrito de largas cuartillas; es una imagen, una secuencia de video o un texto breve.

Conocimientos

En cuanto a conocimientos, el docente que quiera guiar una actividad con *memes* debe saber que están involucrados varios conocimientos: desde ortográficos, hasta conocimientos noticiosos, del contexto y la realidad específica de los estudiantes.

Desde hace mucho, la escritura en Internet implica una forma realmente peculiar de utilizar el lenguaje. “El registro escrito es inorgánico, espontáneo, desprovisto de reglas gramaticales o, por lo menos, de su cumplimiento riguroso” (Arango, 2009, p. 127). La velocidad con la que se escribe conlleva en muchos casos alteraciones en el lenguaje, pero son equivocaciones inconscientes. La misma rapidez también lleva a los usuarios a escribir sin acentos o a prescindir de signos de admiración o interrogación, entre otros. Pero más allá de estas incorrecciones, existen alteraciones conscientes que se han creado con el fin de hacer más singular o interesante la comunicación por Internet.

“El texto cambia porque se adapta al ambiente tecnológico creando un discurso del medio y para el medio” (Arango, 2009, p. 134). Así, ejemplos de alteraciones voluntarias del código lingüístico lo constituyen las distorsiones de énfasis, cadencia, tono y volumen. Es normal que encontremos la traducción de la comunicación no verbal cara a cara a los códigos de Internet en aras de establecer la comunicación entre individuos.

A Internet se le critica que deforma el idioma o se le defiende diciendo que es una especie de jerga que otorga identidad y sentido de pertenencia a los internautas. Ya en un artículo publicado desde 2004 en el periódico *La Nación* de Argentina, Mario Carlón, semiólogo de la Universidad de Buenos Aires, consideraba que los miedos a la degradación del lenguaje eran cíclicos. Carlón afirmaba que era cierto que en Internet se cometieran monstruosidades con el lenguaje, pero no por ello los jóvenes escriban mal, siempre y cuando las instituciones educativas cumplieran su labor.

De este modo, la idea planteada aquí es muy clara: cuando en la creación de un *meme* hiciera falta alguna incorrección cuya finalidad fuera

básicamente expresiva, se vale; si no hay necesidad, se debe promover el respeto a las reglas gramaticales.

Ahora, ¿cómo realizar un *meme* de un personaje público que ha hecho algo? Conociendo el hecho, informándose. ¿Cómo hacer broma de un comediante mexicano por su edad (“Yo sí vi la renuncia de un Papa; fue en 1415”)? Sabiendo que antes de Benedicto XVI, la renuncia de un Pontífice se había dado en aquel año. ¿Cómo redimirse humorísticamente como sociedad ante la *metida de pata* de un gobernante o funcionario? Leyendo los diarios, revisando las fuentes digitales, exponiéndose a la información que sobre el contexto dan los medios de comunicación. En una frase, en el conocimiento de la realidad está la base para la realización de un *meme* y es su fuente de inspiración.

Actitudes

Finalmente, las actitudes son muy importantes. La creatividad, la curiosidad y la crítica social se pueden desarrollar en un *meme*. Pero también el respeto. Recordemos que el llamado *bullying* no sólo se da en las escuelas, sino en las redes sociales. A propósito de esto, Jaume Funes reflexiona sobre estas nuevas formas de violencia en los jóvenes:

Es cierto que nos enfrentamos a conductas nuevas molestas, a veces masivas, que con frecuencia no tienen por qué ser aceptadas. Pero hay que descubrir la provocación, hay que saber evitar el encononazo, descubrir las maneras y los lugares para actuar, con el único fin importante: evitar que esas conductas provisionales se consoliden y los destruyan (FUNES, 1998, p. 98).

Conducir la elaboración de cualquier *meme* sin burlas o alusiones a la vida privada de los compañeros de clase, es evitar que un estudiante sea expuesto permanentemente a agresiones. De hecho, “la violencia entre compañeros estudiantes es un asunto que trasciende lo personal, cuando aparece el abuso de poder, los pares dejan de ser iguales, la injusticia corona a un sujeto como supuestamente superior” (Torres, 2011, p. 51). En esta lógica, es hasta paradójico fomentar el respeto

entre pares a través de un medio por el cual se ejerce algún tipo de violencia: Internet.

La creatividad y la curiosidad son dos aliadas para combatir esa violencia en las escuelas a través de las redes sociales. Íntimamente vinculadas a la observación, ambas hacen posible una nueva mirada de la realidad. La creatividad “es la capacidad de innovar, de crear algo nuevo a partir de los elementos existentes” (Rivera, *et al.*, 2010, p. 33). A través de ella se crean alternativas de manera original a partir de algo dado. Por su parte, la curiosidad “se refiere al interés por conocer más de un objeto o situación; se relaciona con la capacidad de observación y de exploración, con la posibilidad de asombro y la inquietud de descubrir nueva información” (Rivera, *et al.*, 2010, p. 32).

Por ello, en más de una ocasión hemos reconocido la creatividad de los *memes* y la curiosidad que encierra su elaboración. Son creativos porque crean alternativas a partir de algo dado (un suceso de la realidad) y por ello hablé de resignificación páginas arriba. Envuelven curiosidad al ser el resultado de un proceso de detenerse a observar la realidad.

Esta inquietud de exploración para buscar aspectos de la realidad dignos de un *meme* nos lleva en ocasiones al desafío del poder por medio de lo cómico. Es sabido que los *memes* tienen sentido del humor y a través de éste se hace crítica social. Ser críticos ante su entorno, es una actitud a desarrollar entre estudiantes en todos los niveles. Al ser críticos, no sólo pensamos la realidad para detectar problemas, sino estaremos más cerca de encontrar posibles soluciones.

Conclusión

Al igual que en la memética tradicional, los *memes* de Internet implican reproductibilidad y variación, irradiación y resignificación. Son unidades de información vinculadas con una cultura en particular, difundidas sobre todo mediante las redes sociales y pueden ser copiadas. Pero en la medida en que se transmiten, van mutando en una compleja ebullición de sentido.

Las características vistas por Dawkins: fidelidad, fecundidad y longevidad, han sido aplicadas a los *memes* de la cultura digital en estudios revisados en el estado del arte. No obstante, es necesario discutir algunas diferencias. Por ejemplo, en principio el papel de los *memes* como replicadores culturales es una tarea con cierta estabilidad o por lo menos con cambios no tan rápidos como en los *memes* digitales. Si bien todo *meme* contiene elementos de una cultura, una tradición o una costumbre transmitida de generación en generación son más permanentes que el chiste de un político hecho *meme* en *Facebook*. La velocidad y la vertiginosa existencia en la red hacen la vida de una imagen, un video o un texto más corta que la de alguna regla de cortesía o concepción acerca de la vida.

Asimismo, se encontraron otros rasgos del fenómeno: yuxtaposiciones, intertextualidad y humor. En el caso de las yuxtaposiciones, es visible en los *memes* que circulan por Internet la yuxtaposición no solamente de varios tipos de imágenes (fotografías, viñetas o video), sino de frases y oraciones que en conjunto operan en su construcción.

En cuanto a la intertextualidad, ésta se refiere a las relaciones establecidas entre los *memes* y la cultura a la cual responden. A decir de Genette, la intertextualidad es “una relación de copresencia entre dos o más textos, es decir, eidéticamente y frecuentemente, como la presencia efectiva de un texto en otro” (Genette, 1989, p. 10). Ya Todorov nos mencionaba que no había ningún enunciado que no se relacionara con otros enunciados. Así, de acuerdo con la teoría literaria, la intertextualidad consiste en la presencia en un determinado texto de contenidos, temáticas, modos de expresión, estructuras o estilos, procedentes de otros textos, los cuales pueden ser incorporados en forma de citas, paráfrasis, imitaciones o parodias, entre otros. De este modo, extrapolado lo anterior más allá de la literatura a otros discursos o prácticas enunciativas, hablar de intertextualidad en los *memes* significa que éstos guardan una relación con la cultura donde se generan. O, dicho de otra manera, hay una presencia efectiva de una cultura determinada en ellos.

Respecto al humor, justamente la intertextualidad entre los *memes* y la cultura se construye de forma humorística en la mayoría de los casos.

Generalmente, un *meme* que haga reír tiene más posibilidades de ser viral al dejar la moraleja de que la vida es demasiado corta para tomársela en serio, sobre todo si no saldremos vivos de ella. Los *memes* están ahí para recordarnos que, como alguna vez dijo el gran Charles Chaplin, “in the end, everything is a gag”.

Son varias las habilidades, conocimientos y actitudes que se pueden ejercitar o desarrollar mediante la elaboración de estas piezas digitales. En la investigación se identificaron habilidades digitales, habilidades cognitivas, conocimientos y actitudes. Ello nos llevó a pensar en una posible integración pedagógica de los *memes*, para lo cual es fundamental que la actividad sea planeada por la intervención del docente. Como cuando se enseña a un niño a leer un libro, hoy en día resulta imperante enseñar a leer –y a escribir- información digital. La mejor estrategia didáctica de nuestros días es aprovechar las tecnologías que forman parte del contexto del estudiante, sus prácticas y sentidos con un enfoque pedagógico.

Según Castells (2007), el poder y las instituciones de la vieja sociedad rechazan las tecnologías y las culturas emergentes, desarrolladas a la par de los nuevos escenarios, donde los jóvenes están plenamente insertos. Para él, el poder se basa en el control de la información y la comunicación. Por ello, el simple hecho de pensar en perder ese control le resulta insoportable a las élites, incluidas las escolares y los docentes tradicionales.

No obstante, el escenario de un desarrollo tecnológico, con sus innovaciones e interactividad, constituye para los estudiantes un mundo de experiencias fuera y dentro de las aulas, ya que utilizan la tecnología con fines de ocio y para sus actividades escolares. Lo anterior nos lleva a pensar nuevamente en una integración pedagógica de las TIC, entre la palabra y la imagen, los libros y los artefactos digitales.

Referencias

- ARANGO, L. G. *Códigos de comunicación y usos amorosos de los chats*, 2009, 404 f., Tesis (Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales) – Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2009.
- AUNGER, R. *El meme eléctrico*. Barcelona, España: Paidós, 2004.
- BERGER, P. *Risa redentora*. La dimensión cómica de la experiencia humana. Barcelona, España: Kairós, 1999.
- BETTETINI, G. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. México: Paidós, 1995.
- BLACKMORE, S. *La máquina de los memes*. Barcelona, España: Paidós, 2000.
- CASTELLS, M. *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. México: Siglo XXI, v. I, 1999.
- _____. Los mitos de Internet. *La vanguardia*, 30 jun. 2007, p. 29. Disponible en: <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/2007/06/30/pagina-29/59927306/pdf.html>. Acceso: 10 oct. 2013.
- DA CUNHA, R. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *Revista FAMECOS* 32, Porto Alegre, abril de 2007, pp. 23-31. Disponible en: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/search/authors/view?firstName=Raquel%20da%20Cunha%20Recuero&middleName=&lastName=-%20ECOS%20FUCEPEL&affiliation=&country=>. Acceso: 10 oct. 2013.
- DAWKINS, R. *El gen egoísta*. Barcelona, España: Labor, 1979.
- DÍAZ-BARRIGA, F.; HERNÁNDEZ, G. *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo*. Una interpretación constructivista. México: McGraw-Hill, 2002.
- FUNES, J. Sobre las nuevas formas de violencia juvenil. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación* 10, Barcelona, 1998, p. 97-101. Disponible en: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=10&articulo=10-1998-13>. Acceso: 26 ago. 2013.
- GARCÍA, F.; GERTRUDIX, M. Naturaleza y características de los servicios y los contenidos digitales abiertos. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación* 16, Madrid, 25 de marzo de 2011, p. 125-138. Disponible en: http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2011.v16.7. Acceso: 3 ago. 2013.
- GENETTE, G. *Palimpsestos*. La literatura en segundo grado. Madrid, España: Taurus, 1989.
- HEYLIGHER, F. Evolution of Memes on the Network: from chain-letters to the global brain. En: FISCHER, I. (Ed.). *Ars Electronica Catalogue*. Vienna/New York: Springer, 1996.
- KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. Online Memes, Affinities, and Cultural Production. En: ____; ____ (Eds.). *A new literacies sampler*. New York: Peter Lang Publishing, 2007.
- LOZANO, J. C. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alhambra, 1996.
- MATTELART, A. *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona, España: Paidós, 2002.

- RIVERA, M. E.; ARANGO, L. G.; TORRES, C. K.; SALGADO, R.; GARCÍA, F. L.; CAÑA, L. E. *Competencias para la investigación*. Desarrollo de habilidades y conceptos. México: Trillas, 2010.
- SCOLARI, C. *Hipermediaciones*. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona, España: Gedisa, 2008.
- SHIFMAN, L.; THELWALL, M. Assessing Global Diffusion with Web Memetics: The Spread and Evolution of a Popular Joke. *Journal of the American Society for Information, science and Technology* 12, Jerusalem, 2009, p. 2567-2576. Disponible en: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1673000>. Acceso: 14 sept. 2013.
- TORRES, T. de J. Algunas expresiones de la violencia entre estudiantes en el ámbito de la Universidad Simón Bolívar. *Investigación Universitaria Multidisciplinaria* 10, México, diciembre de 2011, p. 47-62.
- TREJO, R. *Viviendo en el Aleph*. La sociedad de la información y sus laberintos. Barcelona, España: Gedisa, 2006.
- VÉLEZ, J. I. Las memes de Internet y su papel en los medios de comunicación mexicanos. En: XXIV ENCUENTRO NACIONAL DE LA AMIC, 2012, Saltillo, México, *Memorias del XXIV Encuentro Nacional de la AMIC*, Saltillo, México: AMIC, 2002, p. 113-122.
- VIZER, E. A. Un modelo tridimensional de la comunicación. Mediatización y la doble faz de la(s) realidad(es) social(es). *Mediaciones sociales* 5, Madrid, julio- diciembre de 2009, p. 3-22. Disponible en: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediars/MediacioneS5/Indice/Vizer2009/vizer2009.html>. Acceso: 14 sept. 2013.
- WOLTON, D., *Sobrevivir a Internet*. Barcelona, España: Gedisa, 2000.