



Creatividad en la restricción. Memes, *templates* y cultura participativa

Joaquín Moreira Alonso, Laura Sandoval

Question/Cuestión, Nro.69, Vol.3, agosto 2021

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS –UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e549>

**Creatividad en la restricción
Memes, *templates* y cultura participativa**

**Creativity in restriction
Memes, templates and participatory culture**

Joaquín Moreira Alonso

Universidad Nacional de Córdoba.

Argentina

Candidato a doctor

jmoreiraalonso@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-0024-7762>

Laura Sandoval

Universidad de la República.

Uruguay

Candidata a Magister

lulixperiment@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-6275-8816>

Resumen

Los memes de internet son una de las formas comunicacionales participativas más características de la web 2.0. Con el objetivo de ser humorísticos pero también expresar

sentimientos, ideas y opiniones de formas creativas y ser fácilmente comprensibles, los usuarios crean memes basados en formatos preexistentes llamados usualmente *templates*. En este artículo analizamos el uso de *templates* en memes de imagen fija desde una perspectiva empírica y teórica y también otras maneras en las que los memes están estructurados semióticamente por formas preexistentes.

Palabras clave: memes de internet, medios digitales, *templates*, cultura participativa

Abstract

Internet memes are one of the most characteristic participatory communicative forms of the web 2.0. In order to be humorous but also to express feelings, ideas and opinions in creative and easily understandable ways, users create memes based in preexisting formats usually named templates. In this paper we analyze the use of templates in memes from both an empirical and a theoretical perspective and also other ways in which memes are semiotically structured by preexisting forms.

Keywords: internet memes, digital media, templates, participatory culture

Introducción: Memes y cultura participativa

Los memes de internet son uno de los fenómenos característicos de lo que Tim O'Reilly (2012) llamó web 2.0 y, de modo más amplio, de lo que Lawrence Lessig llamó (2008) cultura *Read/Write*. Los memes surgen y circulan en ámbitos mayormente participativos (como foros y tablonos, redes sociales, servicios de mensajería, entre otros), donde son vistos y apropiados por usuarios que luego crean nuevas iteraciones que devuelven a los espacios de la internet participativa para que puedan ser (re)apropiados por otros usuarios. Como sugiere Ryan Milner, «el meme de internet puede ser un artefacto participativo quintaesencial: abierto, colaborativo y adaptable» (2012, p. 12).¹

La circulación masiva de memes se basa en gran medida en su replicabilidad (Milner, 2016; Juza, 2013) y, en particular, en la posibilidad que otorgan a los usuarios de crear nuevas unidades sin necesidad de poseer gran dominio de herramientas técnicas (Brubaker, 2008; Vickery, 2014). Esta creación de parte de usuarios no expertos es posible, al menos parcialmente, por la democratización del acceso a *software* de edición accesible y de fácil

aprendizaje, la existencia de generadores de memes *online* y por el uso de plantillas o *templates* que permiten la realización de memes a partir de la selección de elementos preestablecidos y el agregado o modificación de elementos en una estructura predefinida.

En el marco de la investigación “Producción de Sentido en Memes de Internet” proponemos realizar una caracterización general del fenómeno de la templatización (Rintel, 2013) en los memes de internet de imagen fija, una valoración numérica de su relevancia, contextualizar la templatización como parte de un fenómeno general en la web participativa así como observar algunas características particulares del fenómeno.

Aspectos metodológicos de la investigación

Se realizó una recuperación sistemática de memes de imagen fija en castellano. Con el fin de evitar sesgos derivados de una recuperación muy concentrada en el tiempo sin perdernos las tendencias de corto plazo, definimos cuatro períodos de una semana (lunes a domingo) separados por cuatro semanasⁱⁱ.

Para tener una muestra representativa utilizamos diversas fuentes: se seleccionaron diez páginas de *Facebook* de diferentes países, público objetivo y cantidad de seguidores pero con publicación habitual y tomamos el total de los memes publicados durante los períodos de recuperación; Seleccionamos el total de los memes de las diez publicaciones diarias más votadas del período de recuperación en la comunidad *Taringa!*, muy activa en el cono sur y en particular en Argentina; Seleccionamos seis sitios web que publican exclusiva o mayormente memes y recuperamos la totalidad de los memes publicados en el período; Tomamos diez memes por día de los *hashtags* #memespañol, #memespañoles y #memespañol de *Instagram*.

Este procedimiento nos permitió armar un corpus de 2782 unidades que fueron categorizadas según nueve dimensiones. Entre esas dimensiones, la llamada “modelo” nos permitió observar varios elementos relacionados a la *templatización*, tanto cuantitativos como conceptuales.

Los datos numéricos presentados en el artículo son resultado de esa recuperación, pero los aspectos generales son parte de una reflexión más general y algunos de los ejemplos no serán fruto de ella. De todas formas esto no afectará a las observaciones ni al análisis.

Templates, arquetipos y géneros

En cierta medida la idea de meme implica la existencia de una variación en la replicación, no solamente como recurso técnico sino como recurso semiótico, «una imagen (un *template*) puede dar lugar a miles de unidades humorísticas independientes»ⁱⁱⁱ (Dyner, 2016, p. 661). A partir de unos pocos modelos y géneros surge una cantidad inmensa de unidades con capacidades expresivas propias (Milner, 2016), y en la iteración (tomamos el término de Derrida, 1989) de un mismo elemento (imagen, fragmento de texto, personaje, etc.), pequeños cambios resignifican cada unidad.

Templates como herramientas

Desde su origen los memes están basados en la *templatización*. La forma más evidente en la que esto se produce es mediante una *templatización* técnica por la utilización de *templates* prefabricados. Para el caso de memes de imagen fija, nos referimos a *templates* formados por archivos de imagen fija con disposiciones preestablecidas de elementos (texto e imágenes), con el fin de ser sustituidos o modificados y donde los usuarios, únicamente, pueden modificar lo preestablecido para ello, ya sea con *softwares* básicos de edición o mediante generadores *online* automáticos que cuentan con una oferta disponible de *templates*. Pero, además, es posible crear memes sin el uso de este tipo de *templatización* técnica, es decir, cuando estos no se realizan a partir del relleno de plantillas sino mediante el uso de estructuras materiales, formales y conceptuales predefinidas para su creación.

La relevancia de las estructuras predefinidas en los primeros años de los memes es tal que, durante mucho tiempo, los memes también eran llamados *image macros* (macros de imagen) debido a que los generadores *online* de memes funcionaban con rutinas de programación llamadas macroinstrucciones, de donde surge la abreviatura “macro”. Esos primeros memes eran creados a partir de la elección de una imagen de varias disponibles en generadores y del ingreso de texto en los espacios predefinidos para ello (sobre la imagen) y, a medida que los generadores se hacían más versátiles, algunos otros elementos más. La estructura de estos memes era muy rígida y generalmente consistía en espacio para imagen y dos bloques de texto (inferior y superior). Un ejemplo de *image macro* es el meme *Bad Luck Brian* (imagen 1) que consiste básicamente en utilizar siempre la misma imagen y dos bloques

de texto, uno superior y otro inferior, una estructura muy sencilla y muy propensa a la *templatización*.



Imagen 1. Bad Luck Brian. Fuentes: Facebook, Cuanto Cabrón, Loquillo.

Con el tiempo, la estructura de los memes se empezó a diversificar y los memes creados en base a *templates* materiales (sean de plantillas o generadores) pasaron a usarse menos, pero de todas formas estos continuaron manteniendo una importancia relativa. En la investigación encontramos que en 990 unidades (35,6% del total) se usan *templates* identificados (aunque no descartamos la posibilidad de no haber reconocido algunos), es decir, las unidades que conforman una tercera parte de la muestra fueron realizadas siguiendo una estructura material preexistente, sea determinado ordenamiento de elementos, imágenes o texto predefinido, cambiando solo texto, injertando algún elemento visual o realizando alguna otra modificación semejante.

Estructura material y estructura semiótica

Bad Luck Brian, cuya primera versión registrada es de enero de 2012^{iv} y del que, desde entonces, se han producido innumerables iteraciones, es un ejemplo de meme realizado con *template*. Pero, la repetición de elementos no es un fenómeno solamente técnico (relativo a la producción mediante plantillas o generadores automáticos) y material (relativo a la presencia y disposición de los elementos) sino también semiótico. *Bad Luck Brian* no puede ser entendido únicamente como una imagen específica con dos bloques de texto dispuestos siempre de la misma manera (su dimensión material) sino como un sistema de relaciones de sentido entre esos elementos y sus múltiples contextos.

En sus distintas iteraciones, la imagen y los dos fragmentos de texto no establecen relaciones aleatorias sino fijas y claras. La imagen, tomada de un anuario escolar, muestra a un adolescente poniendo cara de tonto, lo cual plantea cierta clave interpretativa, el texto superior establece una situación general, no necesariamente negativa, y el texto inferior propone un desenlace fatídico. Así, la estructura material de disposición de los elementos (que permite cierto grado de *templatización* técnica) da lugar a una estructura semiótica de relaciones de sentido entre esos elementos.

Otro ejemplo de estructura semiótica superpuesta a una estructura material se observa en el meme *Drakeposting* (imagen 2). Más allá del aspecto técnico, es decir, que existan generadores y plantillas y que los elementos recurrentes (dos imágenes y dos elementos más, que pueden ser imagen o texto) estén dispuestos de la misma manera, el elemento fundamental del meme como objeto cultural es la red de relaciones de sentido que establece, en este caso la aprobación de una cosa y la desaprobación de otra, que puede tener mayor o menor grado de complejidad según las relaciones de sentido que ya contengan las imágenes variables (que son las que iteran). Entonces, el enraizamiento de sentido que puede generar un meme, también, está vinculado a las relaciones de sentido intrínsecas (con los elementos del meme entre sí) y extrínsecas, es decir, desde el meme como unidad hacia afuera, entre sus elementos y sus relaciones y los contextos variables de recepción, donde se dan variaciones semióticas, culturales e interpretativas, desde cambios en la forma de interpretación según los diferentes vínculos asociativos que puedan establecerse hasta diferentes distintos contratos de lectura.



Imagen 2. Drakeposting. Fuentes: Facebook, Know Your Meme, Instagram.

Algo particular sucede con *Distracted Boyfriend* (imagen 3), meme en el que se expresa que a una persona (el chico) le gusta una cosa (la chica de rojo) cuando debería gustarle otra (la chica de azul). Las iteraciones pueden variar desde un músico que cambia de género musical, una persona que solo usa ropa negra, un personaje que decide unirse al lado oscuro de la fuerza o un gato que prefiere jugar con una caja a hacerlo con un juguete. Este

meme presenta un *template* sobre el que pueden colocarse etiquetas de texto (superior-izquierda) o etiquetas de imagen (columna derecha), pero, también, pueden editarse los personajes y colocar otros en su lugar (inferior-izquierda, el gato en inferior-derecha) con lo que el meme mantiene el *template* pero admite mayor variabilidad de iteración de elementos.



Imagen 3. Distracted boyfriend. Fuentes: Facebook, Know Your Meme.

Estas estructuras semióticas, que en *Bad Luck Brian*, *Distracted Boyfriend* y *Drakeposting* aparecen superpuestas a una estructura material, también pueden surgir en memes que no presentan *template* material pero que, de todas maneras, contienen pautas de otro orden que estructuran de modo explícito su creación y pautas de interpretación que pueden guiar su lectura/escritura, ya sea para continuar replicándolos como para alterar su sentido. Entonces, creemos necesario diferenciar entre dos formas estructurantes presentes en los memes: las formas materiales y formas estructurantes de orden semiótico.

En general, a las pautas estructurantes de orden semiótico se les llama "meme", se dice "me gusta el meme de *Bad Luck Brian*" refiriéndose a la serie abstracta de memes realizados con esa estructura, pero el término "meme" genera confusión ya que también es

utilizado para referirse a memes individuales (se dice “te envié un meme”). Con el fin de evitar esta confusión, denominamos a los memes individuales “meme-unidad” o “unidad” y a formas estructurantes de orden semiótico las denominamos, tomando la categoría “architexto” de Gérard Genette (1989), “meme-arquetipo” o simplemente “arquetipo” (Apellidos, año).

Entonces, podemos decir que los ejemplos de meme-arquetipo planteados hasta el momento funcionan a partir de *templates*, pero también es posible encontrar arquetipos que no presentan elementos materiales fijos y constantes, es decir, que no están necesariamente basados en un *template* material. Estos arquetipos presentan relaciones de sentido entre las distintas posiciones dentro de su estructura visual, elementos y contextos (relaciones intrínsecas y extrínsecas al meme), en general puede haber algunos elementos materiales que se repitan, pero que no presentan una estructura material rígida y permanente.

El arquetipo *Me and the boys* (imagen 4) está basado en una imagen específica de varios villanos de la serie animada de los setenta *Spiderman* y el latiguillo “*me and the boys*”, seguido de una situación ilustrada por la imagen. Si bien en algunos casos las iteraciones de *Me and the boys* utilizan la imagen original, en la mayoría esta aparece o bien editada o bien sustituida por otra que, a partir de alguna semejanza visual o conceptual, permita vincularla con la original de alguna manera. Pueden ser chicas amigas en vez de chicos (inferior-izquierda, en este caso es interesante que el latiguillo “*me and the boys*”, presente en casi todas las iteraciones, también es modificado para adaptarse), amigos de otro universo narrativo (central-izquierda, provenientes de *La Naranja Mecánica*, inferior-derecha, provenientes del *GTA III: San Andreas*), los mismos personajes del original pero en sus versiones de otra serie (superior-derecha, se utilizan las imágenes de los personajes de la serie *Spiderman* de los noventa) o una referencia a otro meme en que también se utiliza la palabra “boy” (central-derecha, el meme *Doge* o *Good Boy*).

Me and the boys getting the teacher to tell us stories instead of work



Me and the droogos saliendo para Moloko Plus



Me and the girls complaining about all the "me and the boys" memes



90's superheroes cartoons wasn't good.
Me and the boys:



Me and the good boys



Me and the boys paseando por Los Santos



Imagen 4. Me and the boys. Fuentes: Facebook, Know Your Meme, Reddit.

De esta forma, podemos establecer que un *template* puede estar configurado por un arquetipo particular, tal como sucede en *Bad Luck Brian* o *Drakeposting*, pero también que algunos arquetipos no presentan elementos materiales constantes (es decir, no se observa un *template* definido) sino que operan con otros elementos semióticos que permiten que los

usuarios los interpreten y produzcan. Entonces, se puede afirmar que el arquetipo es una estructura que excede al *template*. De hecho, los arquetipos *Bad Luck Brian* o *Drakeposting* pueden aparecer sin que se utilice el *template*, por ejemplo sustituyendo las imágenes por otras imágenes (fotografías o ilustraciones, etc.). Pero, aunque se cambien los componentes materiales, se mantiene la relación de sentido central que define al arquetipo.

Un ejemplo particularmente interesante es el arquetipo *Expanding Brain* (imagen 5). Este arquetipo presenta una estructura de lectura bastante definida y, de hecho, existen muchísimos *templates* y generadores del mismo. Pero, sin embargo, funciona tanto con sustitución de imágenes como con texto en la columna iterable de la izquierda, con diferente cantidad de filas, diferentes imágenes e incluso funciona con una fotografía de varios dispositivos formando el meme (inferior-derecha). Aun cuando exista *template* (y en este caso no solo es posible sino que efectivamente existen varios), el arquetipo continúa funcionando aunque cambie el tipo de elementos materiales utilizados.



Imagen 5. Expanding brain. Fuentes: Facebook, Cuanto Cabrón, Instagram, Know Your Meme.

En la recuperación encontramos que 1114 unidades (un 40% del total) presentan un arquetipo identificable, aunque, ya que los arquetipos apelan a recursos semióticos no siempre explícitos (al menos no estructurados gráficamente), es posible que pueda haber más. Esto muestra que, aun cuando los memes han desarrollado una variedad importante y hayan surgido nuevas formas de realizarlos, siguen teniendo un fuerte componente de replicación de una estructura semiótica preexistente.

Arquetipos materiales y arquetipos conceptuales

Si bien, como vimos, los arquetipos no tienen la necesidad de tener elementos materiales presentes en todos los casos (*templates*), en general presentan relaciones de sentido entre los elementos materiales efectivamente presentes en sus distintas iteraciones. Aun cuando los elementos materiales (imágenes o texto) puedan variar, (por ejemplo, en *Me and the boys* el texto va a estar sobre la imagen cumpliendo una función específica, explicando la situación imaginada, y en general con el latiguillo “me and the boys” o con alguna variación de este, al tiempo que en la imagen habrá un plano medio frontal de un grupo de personajes, casi siempre cuatro, asociado con cierta complicidad entre sí), de todas formas está presente una estructura material, una serie de posiciones físicas establecidas de los elementos de la imagen y ciertas relaciones específicas entre estos.

Pero encontramos casos de memes que no presentan estructura material fija (*template*) ni un sistema de relaciones entre elementos efectivamente presentes en cada unidad, pero que sí presentan una estructuración del sentido que configura una serie de unidades como iteraciones de un mismo arquetipo. Estos memes están estructurados, no por la presencia efectiva de elementos, sino por un concepto que estructura el procedimiento hermenéutico y la forma de cómo se los produce. Entonces, para poder identificarlos y analizarlos, denominamos a esta pauta estructurante como “arquetipo conceptual”.

Un ejemplo de arquetipo conceptual es *Epstein didn't kill himself* (imagen 6), donde en las distintas unidades de este arquetipo no se encuentran elementos materiales fijos ni una estructuración predefinida de base, sino que es un concepto el que centraliza su sentido y los vincula a todos como unidades del mismo arquetipo. En este ejemplo, es la idea de que el empresario Jeffrey Epstein, condenado por tráfico de menores y vinculado a personas poderosas de los negocios y la política estadounidense y que murió en la cárcel en agosto de 2019, no se suicidó como señala la versión oficial sino que fue asesinado por gente vinculada

al poder, como por ejemplo Donald Trump o la familia Clinton. Las iteraciones de *Epstein didn't kill himself* no tienen elementos materiales comunes y constantes, ni en su estructura visual ni en la forma en que se relacionan semióticamente los distintos elementos. De hecho, algunos de los ejemplos de la imagen 6 están realizados sobre la estructura de otros arquetipos,^v pero sin dejar de ser iteraciones de *Epstein didn't kill himself*.



Imagen 6. Epstein didn't kill himself. Fuentes: Facebook, Cuanto Cabrón, Loquillo.

Desde luego, la mayoría de quienes realizan memes con este arquetipo no tienen seguridad de que Epstein haya sido asesinado e incluso a algunos ni siquiera les importa, pero el escándalo que rodeó su encarcelamiento y muerte generó muchísima repercusión y en

varios ámbitos, en particular en *Reddit*, comenzaron a circular comentarios humorísticos y luego memes acerca del tema. Así, el latiguillo “Epstein didn’t kill himself” y otras formas de decir que Epstein habría sido asesinado se convirtieron en un concepto que estructura la creación de memes, ya no de forma material sino mediante una estructuración temática, semántica y pragmática, como un centro que estructura pero se mantiene fuera de los aspectos formales y materiales de cada pieza visual que forma un meme-unidad.

Estructuración por la plataforma

Por otro lado, el uso de plataformas sociales, y en particular *Twitter*, también ha influido en la producción de memes. Las publicaciones de *Twitter*, altamente predefinidas por la plataforma, se presentan siempre con la misma disposición visual: el texto se ubica en la parte superior y, en caso de incluir imágenes o videos, estos se sitúan en la parte inferior. Esta templatización del diseño de las publicaciones generó que las prácticas habituales de publicación, determinadas por el medio, se solidifiquen y se produzcan memes que emulan su estructura visual, aun no siendo publicaciones de *Twitter*.

En la imagen 7 exponemos cuatro ejemplos de memes con esta estructura. Los de la columna izquierda son capturas de pantalla de publicaciones de *Twitter* que circularon por otros espacios, pero los otros dos son memes realizados en un editor de imagen o un generador simplemente siguiendo las pautas formales de las publicaciones de *Twitter*. En nuestro corpus encontramos que casi el 45% de los memes (1245 unidades) tiene la estructura visual de un tuit, es decir, en la parte superior de la imagen hay un fragmento de texto sobre fondo blanco o azul (como el del modo nocturno de *Twitter*) y en la inferior una imagen. Esto muestra que, aun cuando el uso de *templates* haya ido disminuyendo con el tiempo, la lógica de la *templatización* que caracteriza la idea de web como plataforma (Arola, 2010)^{vi} se mantiene presente.

 **Dios**
@diostuitero

Ya era hora de que el Papa fuese mujer, negra y macizorra. #AsíSí



 **marco**
@rnarcomartin

cuando estas en casa de tu amigo hasta tarde y escuchas a la mama llamarlo al cuarto pa preguntarle una cosa y desde alla oyes el "ese niño no tiene casa?"



- "se feliz, desconectate de la vida, date gustos, viaja"



Quando tu equipo está lleno de huevones y solo les dejaste que imprimieran el proyecto y no lo hacen.



Imagen 7. Memes con estructura de twitt. Fuentes: Facebook, Instagram, Loquillo.

A su vez, en este tipo de memes se puede encontrar dos grandes géneros (sobre los géneros hablaremos más adelante). En gran cantidad de unidades el texto establece una relación variable con la imagen (imagen 7, fila superior), puede ser texto que reinterprete la imagen, que prepare un comentario humorístico que remata la imagen, que genere un diálogo entre los personajes representados en ella entre otras posibilidades. De nuestro corpus estos memes fueron casi el 19% del total (527 unidades).

Sin embargo, en la mayoría de estos casos (718, lo que corresponde al 26% del total), la relación entre texto e imagen es siempre del mismo tipo: el texto presenta una situación con la que el enunciatario se identifica explícita o implícitamente y la imagen funciona como remate o anclaje de esa situación. Si bien, tanto la imagen como la situación no tienen necesariamente que formar parte de un arquetipo, este último género, a veces llamado por los usuarios “momo”, está bastante estructurado, tanto en su forma material (que emula un tuit) como en su forma conceptual (una situación representada por una imagen). Además, observamos que hay otra estructuración en la redacción del texto, en la enorme mayoría observada (704 unidades) el texto comienza con la palabra “cuando” o el equivalente inglés “when”.

Es relevante señalar que, de los 1245 memes con esta estructura derivada de la publicación de *Twitter*, en solo 347 casos (28% entre estos casos y 12% del total) se identificó un arquetipo. De este modo, entre el uso de arquetipos claramente identificables y memes cuya estructura está definida por la forma de publicación de *Twitter* suman 2012 (72% del total) los memes que tienen alguna forma de estructuración material y/o semiótica preexistente.

Géneros como otra forma de estructuración semiótica

La categoría “género” es una categoría compleja que ha sido bastante discutida pero al mismo tiempo muy utilizada puesto que, a pesar de su complejidad, resulta muy útil para analizar distintas producciones culturales. En su análisis de la prensa gráfica, Eliseo Verón señala que el género literario (que sería distinto al género comercial de la revista) «se caracterizará necesariamente por cierta disposición de la materia lingüística» (2004, p. 196), una definición suficientemente general como para ser aceptada sin grandes conflictos y suficientemente clara como para explicar el fenómeno.

Pasando al análisis de un objeto cultural multimodal, como es el caso del meme de imagen fija, podríamos decir que género se define por cierta disposición de la materia semiótica

en general, es decir, por la forma en que los distintos elementos significantes se disponen. En el caso de los memes podríamos decir que los géneros son una forma de estructuración más general que los arquetipos pues no tienen elementos materiales comunes más allá de la disposición y de ciertos aspectos generales del funcionamiento pero sí estructuran de cierta manera la creación y lectura. Como señala Limor Shifman los memes de un mismo género «comparten no solo estructuras y características estilísticas, sino también temas, tópicos y audiencias imaginadas» (2014a, p. 99).^{vii}

Durante nuestra recuperación y sistematización agrupamos las unidades de la muestra en géneros, algunos que en base a conocimiento previo ya habíamos definido y otros que se fueron definiendo en el correr de la recuperación y sistematización. De las 2782 unidades atribuimos un único género a 2774 (casi el 99%), 31 combinan dos géneros y siete no corresponden a ningún género claramente identificable. En total identificamos 20 géneros definidos por una combinación de aspectos material-formales y semióticos.

Por ejemplo, tanto *Drakeposting* como *Expanding Brain* pertenecen al género que llamamos “paneles a dos columnas”, en el que se disponen varios espacios específicos (llamados en la jerga de los memes “paneles” como traducción del inglés “panels”) para ser ocupados tanto por imagen como por texto distribuidos en dos columnas. Además de esta disposición material-formal, el género consiste en una serie de relaciones de sentido entre los elementos de los paneles que no pueden reducirse ni al semantismo de estos ni a su disposición. En los memes de paneles a dos columnas cada elemento de la columna izquierda se corresponde con el elemento de la misma fila de la columna de la derecha (columnas con elementos que en general tienen alguna relación semántica o al menos pragmática) y los pares así formados se relacionan entre sí generando una serie.

Al igual que en otros arquetipos del género “paneles a dos columnas”, en *Expanding Brain* esa serie de pares expresa una progresión, en este caso la progresión de la inteligencia.^{viii} La columna de la derecha tiene una serie de elementos que pertenecen a un paradigma (en las unidades de la imagen 4 los paradigmas serían formas de discutir, uso de ananá en la pizza, tipografías, comprensión de lenguas^{ix} y formas de hacer memes, usamos paradigma siguiendo a Ferdinand de Saussure, 2007), y a cada elemento del paradigma le corresponde un panel de la columna derecha que expresa el grado de expansión cerebral, de forma que hay una progresión. El par superior (que en general contiene el elemento más

normal del paradigma) expresa el cerebro menos desarrollado y el inferior expresa una mente que trasciende al cuerpo emanando rayos u ondas fuera del cuerpo. En el caso de *Drakeposting* la serie es disgusto-gusto, mediante la correspondencia entre sus pares de paneles la fila superior expresa el disgusto y la fila inferior el gusto acerca de cosas asociadas a un mismo paradigma.

Vemos que estos dos ejemplos tienen cada uno sus características propias que nos permiten entenderlos como arquetipos bien diferentes, pero al mismo tiempo comparten elementos comunes (marcas de género) que no solo nos permiten agruparlos como parte del género paneles a dos columnas sino que también permiten que el usuario que conozca el género pueda entender un meme perteneciente a este aun no conociendo su arquetipo.

Estos géneros también son formas de estructuración de la producción de memes y, como ya señalamos, son muy pocos los memes que observamos que no pertenecen a un género específico. Además, nos parece relevante señalar que no todos los géneros son igualmente comunes. De la muestra observada, los diez géneros más importantes (de un total de veinte) concentran el 90,3% del total y los cinco más importantes el 71,32%.

Templatización, restricción y creatividad

El cambio de una web centrada en sitios a una web centrada en usuarios^x y la masificación del uso de computadoras y dispositivos móviles y herramientas sencillas de producción de objetos culturales permitió que los usuarios adquieran un rol fundamental en la producción cultural. Desde sitios orientados a una forma de producción cultural específica (sitios sobre ilustración, fotografía, relatos, etc.) hasta sitios orientados a usuarios de carácter generalista (por ejemplo las redes sociales), la web (e internet en general) no solo ha permitido que la producción cultural sea más sencilla, sino que también ha permitido que los usuarios accedan a recursos para crear y distribuir sus creaciones.

Sin dudas, esto ha tenido un gran impacto en la producción y circulación de memes, pero al mismo tiempo, «mientras uno puede esperar que en ausencia de limitación formal la gente crearía una variedad sin fin de tipos de meme, en realidad, los participantes tienden a amoldar sus contribuciones meméticas según un número sorpresivamente pequeño de formulaciones» (Shifman, 2014b, p. 342).^{xi} Como hemos mostrado, la producción de memes está altamente definida por estructuras preexistentes, tanto a nivel técnico como semiótico.

La templatización como pérdida de agencia

La idea de web participativa se basa en que los usuarios pueden contribuir a la generación de contenido sin tener conocimientos técnicos específicos o teniendo solo unos cuantos rudimentos. Mediante recursos sencillos, los usuarios crean y publican *online* sitios web, videos animados, textos y, por supuesto, memes. Así, la web pasa de ser una colección de sitios individuales, cada uno con sus intereses y objetivos y manejado por un grupo específico de administradores, y se convierte en una plataforma donde cualquier usuario puede publicar su contenido (O'Reilly, 2012).

Esto, que tiene un aspecto democratizador, tiene una consecuencia negativa. La web como plataforma tiene implícita la posibilidad de publicar cualquier tipo de "contenido" de interés para los usuarios, lo cual contrasta con la web de sitios donde el contenido (incluso en sitios que publican colaboraciones de usuarios) está definido por los administradores. Pero, la forma de publicación de parte de usuarios es realizada en casi siempre sobre diseños preformateados o *templates*.

Kristin Arola (2010) analiza el desarrollo del diseño web desde el código html, con el diseño incorporado en el archivo, de la década de los noventa hasta la web 2.0 contemporánea, donde la masificación del uso de CMS^{xii} y la expansión de las redes sociales hizo que se produzca una separación material entre el llamado "contenido" y el diseño. Esta separación tiene como consecuencia más importante la naturalización de las interfaces y la pérdida de agencia y conciencia visual de parte de los usuarios que, al producir únicamente "contenido", no tienen en cuenta la potencialidad comunicacional del diseño, la disposición y el aspecto visual general de lo que producen.

Esto que Arola señala acerca del diseño web puede aplicarse a otras formas de producción de objetos culturales digitales. Por ejemplo, es común el uso de proyectos prefabricados de video animado donde, solamente cambiando imágenes y textos a partir de animaciones ya realizadas, se realizan animaciones "customizadas". También son cada vez más comunes las plantillas para diseño gráfico donde usuarios o diseñadores pueden modificar los elementos sobre un diseño editable y adaptarlo a sus necesidades, sin tener que diagramar, ilustrar o definir estéticas (herramientas llamadas *key visual*).

De esta forma, podemos afirmar que la estandarización cultural derivada de las tradiciones o de la industria cultural encuentra en este momento una nueva dimensión.

Mientras la estandarización previa era un resultado de una estandarización mayormente semiótica^{xiii} y estaba basada más bien en aspectos externos a los productos culturales (tradición cultural y social, lógicas de financiación y distribución, entre otras), la estandarización permitida (y en cierto modo fomentada) por las tecnologías digitales contemporáneas está mucho más enraizada con el propio objeto cultural. Además, puesto que los espacios donde se produce y circula, una parte cada vez más importante de la cultura está tan marcada por la *templatización*, se podría hablar de una *templatización* cultural.

La templatización en el meme como impulso a la creatividad

Como hemos señalado, los memes no escapan a la *templatización* propia de la web 2.0, lo cual podría llevar a pensar que los usuarios de memes están perdiendo parte de su agencia visual. Sin embargo, a diferencia de las publicaciones en redes sociales y de gran parte del *blogging*, en los que, más allá de unas pocas excepciones efectivamente la agencia visual del usuario está técnica y conceptualmente restringida, en la producción de memes esta templatización no significa pérdida de agencia sino un recurso semiótico potente que permite mayores juegos de sentido.

Mientras en la mayoría de las publicaciones en redes sociales y *blogs* los usuarios se enfocan exclusivamente a la producción de contenido, en la producción de memes los usuarios seleccionan una estructura (ya sea, un *template*, un arquetipo, alguna referencia a la cultura popular u otra) entre varias de las que disponen, conociendo que cada una establece ciertas relaciones transtextuales (Genette, 1989) entre los diferentes elementos que utilizará. Esta práctica evidencia que los usuarios no solo perciben de manera intuitiva la capacidad comunicacional del diseño, sino que su uso del *template* no es acrítico sino que es un uso sumamente reflexivo.

Al utilizarse *templates* u otras formas de estructuración en la creación de memes efectivamente esta producción está siendo basada en estructuras preexistentes, pero como la elección de estas estructuras se rige según las relaciones de sentido que estas estructuras contienen buscando que se adecuen a lo que pretende expresar en el meme, la creación de memes se convierte en un proceso creativo y reflexivo. «El proceso memético es un producto de la capacidad humana de separar ideas en dos niveles – contenido y estructura – y luego manipular contextualmente esa relación» (Rintel, 2013, p. 256).^{xiv} Por ejemplo, el usuario

conoce que *Drakeposting* sirve para expresar disgusto y gusto, que *Me and the Boys* sirve para representar una relación de complicidad entre amigos y que *Bad Luck Brian* es alguien que en situaciones normales tiene mala suerte, y consciente de ello utiliza la estructura que mejor expresa lo que quiere decir.

Reflexividad semiótica y metamemes

Esta reflexividad sobre la capacidad semiótica de las estructuras (*templates*, arquetipos, géneros) se hace evidente en lo que denominamos “metameme”, es decir, memes que hacen referencia a memes particulares o que comentan sobre memes en general. La imagen 8 muestra cuatro ejemplos de metamemes que plantean reflexiones acerca de arquetipos y géneros.



Imagen 8. Metamemes. Fuentes: Facebook, Know Your Meme.

Los dos ejemplos de la fila superior son comentarios sobre el arquetipo *Distracted Boyfriend* y sus posibles variaciones utilizando imágenes que simulan las disposición original, en las que alguien que está con su pareja se queda mirando a otra persona, y en ambos casos el meme expresa que el usuario (“you” o “me”) prefiere un nuevo formato del meme al anterior.^{xv} Algo semejante ocurre con el uso del arquetipo *Does It Spark Joy?* para expresar el disgusto con *Drakeposting* y el gusto por *Does It Spark Joy?* (inferior-derecha), el mismo uso

que se puede dar a *Drakeposting*. Esto demuestra que los usuarios no solamente entienden y se apropian del arquetipo sino que interpretan relaciones de sentido entre sus elementos, son capaces de reconocerlas en otras imágenes e incluso hacer comentarios humorísticos acerca de los arquetipos, es decir sobre las relaciones que los elementos establecen por su posición fuera de semantismos particulares.

Así como sucede con los arquetipos, este uso reflexivo y metamemético se observa también respecto a los géneros. El ejemplo del cuadro inferior-izquierdo utiliza la estructura básica de los memes a dos columnas: dos series en donde a cada elemento de una serie le corresponde el elemento contiguo de la otra y una progresión de arriba hacia abajo en la propiedad expresada en el paradigma de una de las columnas (en este caso la izquierda). Lo particularmente interesante es que la columna que expresa la progresión (en este caso la derecha) usa imágenes de tres arquetipos distintos, con lo que no solo se muestra conocimiento del funcionamiento de la estructura sino también de la identificación de los tres memes referidos (*Expanding Brain*, *Vince McMahon Reaction* y *Motion Blurred Astronaut*) como parte de un mismo género con formas semejantes de producción de sentido.

Conclusión: creatividad en la restricción

La producción, la circulación y el consumo de memes están en gran medida marcados por la iteración de distintos elementos preexistentes, donde «cada nueva interacción da entrada a una asociación del uso más reciente entre el uso más reciente del meme y el original y cualquier otra versión que haya sido vista» (Rintel, 2013, p. 263).^{xvi}

En el artículo hemos mostrado cualitativa y cuantitativamente la importancia del uso de elementos preexistentes, pero también diferenciamos entre la estructuración mediante elementos materiales (que tanto entre usuarios como entre académicos son llamados *templates*), la estructuración que se genera a partir de las características definidas por la plataforma (memes basados en la forma de publicación de Twitter) y la estructuración definida por las múltiples relaciones de sentido que se establecen entre los elementos del meme-unidad (estructuración a la que llamamos “meme-arquetipo” o simplemente “arquetipo”). También señalamos que, aun cuando es posible que un arquetipo esté basado en un *template*, no siempre es necesario que exista *template* para encontrar un arquetipo. Por otro lado, planteamos que, si bien la mayoría de los arquetipos están basados en relaciones de sentido

entre elementos presentes en el meme, en algunos casos los arquetipos están basados no en estas relaciones sino en un concepto. Por ello introdujimos la categoría “arquetipo conceptual”.

Además, observamos que, contrario a lo que sucede en otras formas culturales marcadas por la templatización, en el caso de los memes el uso de estructuras materiales y semióticas preexistentes no implica una pérdida de agencia sino todo lo contrario. Para utilizar de manera satisfactoria algún arquetipo (sea formal, relacional o conceptual) se hace necesario, no solamente tener conocimiento de los elementos semánticos que estructuran las relaciones de sentido de una serie de memes, sino también conocer ciertos códigos implícitos de lectura que en muchos casos a simple vista no son reconocibles para quienes no forman parte de la comunidad que los va creando (e interpretando y replicando). Esto permite que se formen comunidades donde se comparten públicamente memes (ya sea en redes sociales o sitios, etc.) que no son fácilmente comprendidos por cualquier usuario, y allí la lectura, creación y replicación exige para su interpretación un saber expresivo (Coseriu, 1981) mayor. En este marco, «incluso cuando los memes están basados en la reapropiación individual, aún están observando un sistema más amplio de procesos sociales» (Milner, 2012, p. 106).^{xvii} De esta manera, los usuarios utilizan estructuras predefinidas a sabiendas de sus potencialidades semióticas, haciendo uso de una competencia que no está regulada expresamente sino que es uso de un saber expresivo que se adquiere de su participación en una comunidad y que permite a los individuos estructurar sus discursos de acuerdo a diferentes necesidades o contextos. Entonces, no alcanza solamente con tener conocimiento sobre qué género, *template* o arquetipo se adecúa mejor a las necesidades comunicacionales, sino que es necesario comprender las relaciones semióticas extrínsecas e intrínsecas de cada estructura y cómo utilizarlas en una comunidad específica. Así «en una era marcada por el “individualismo en red”, la gente usa memes para simultáneamente expresar tanto su unicidad como su conectividad» (Shifman 2014a, p. 30).^{xviii}

A partir de su participación en una comunidad semiótica específica (consumidores y productores de memes), los usuarios utilizan templates y otras estructuras preconfiguradas como forma de agencia, son reflexivos respecto a las estructuras y toman decisiones en función de algo específico que quieren expresar en una comunidad semiótica específica. Así, más que limitarlos, la restricción es uno de los elementos que alientan la producción de memes y fomentan la conformación de comunidades creativas.

Bibliografía

- Adorno, T & Horkheimer, M (1998 [1969]). *Dialéctica de la Ilustración* (Trad. Juan José Sánchez). Madrid, España: Trotta.
- Arola, K. L. (2010). The Design of Web 2.0: The Rise of the Template, The Fall of Design. *Computer and Composition*, 27, pp. 4-14. doi:10.1016/j.compcom.2009.11.004
- Brubaker, J. R. (2008). wants moar: Visual Media's Use of Text in LOLcats and Silent Film. *Gnovis Journal*, 8(2), pp. 117-124.
- Genette, G. (1989 [1962]). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado* (Trad. Celia Fernández Prieto). Madrid, España: Taurus.
- Coseriu, E. (1981). *Lecciones de lingüística general* (Trad. José Ma Azáceta & Graciela de Albéniz). Madrid, España: Gredos.
- Derrida, J. (1989 [1967]). La estructura, el signo y el juego en el discurso de las ciencias humanas. En *La Escritura y la Diferencia* (Trad. Patricio Peñalver) (pp. 383-401). Barcelona, España: Arthropos.
- Dynel, M. (2016). Advice Animal Memes as Visual-Verbal Jokes. *International Journal of Communication*, 10, pp. 660-668. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4101/1556>.
- Juza, M. (2013). Internet memes – creation, distribution, social meaning. *Media Studies*, 55, pp. 1-15. Recuperado de https://studiamedioznawcze.pl/article.php?date=2013_4_55&content=juza&lang=en.
- Lessig, L. (2008). *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy* [Remix. Haciendo que el arte y el comercio prosperen en la economía híbrida]. London, Reino Unido: Bloomsbury.
- Milner, R. M. (2012). *The World Made Meme: Discourse and Identity in Participatory Media* (tesis de doctorado). Recuperado de <https://kuscholarworks.ku.edu/handle/1808/10256?show=full>.
- Milner, R. M. (2016). *The World Made Meme* [Título intraducible]. Cambridge, Estados Unidos: The MIT Press.
- Apellidos (año). El día en que nos invadieron los canguros (reflexiones sobre la cultura del meme). *Lento*, 75. Recuperado de <https://lento.ladiazaria.com.uy/articulo/2019/6/el-dia-en-que-nos-invadieron-los-canguros-reflexiones-sobre-la-cultura-del-meme/>.

- O'Reilly, T. (2012). What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. En M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader* [El lector de medios sociales] (pp. 32–52). New York, Estados Unidos: New York University Press.
- Rintel, S. (2013). Crisis memes: The importance of templatability to Internet culture and freedom of expression. *Australasian Journal of Popular Culture*, 2(2), pp. 253–271. doi.org/10.1386/ajpc.2.2.253_1.
- Saussure, F. de (2007 [1915]). *Curso de Lingüística General* (Trad. Amado Alonso). Buenos Aires, Argentina: Losada.
- Shifman, L. (2014a). *Memes in digital culture* [Memes en la cultura digital]. Cambridge, Estados Unidos: The MIT Press.
- Shifman, L. (2014b) The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres. *Journal of visual culture*, 13(3), pp. 340–358. doi.org/10.1177/1470412914546577.
- Verón, E (2004): "Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación" en *Fragmentos de un tejido* (pp. 193-211). Barcelona, España: Gedisa.
- Ryan Vickery, J. (2014). The curious case of Confession Bear: the reappropriation of online macro-image memes. *Information, Communication & Society*, 17(3), pp. 301-325. doi.org/10.1080/1369118x.2013.871056.

ⁱ «the internet meme could be a quintessential participatory artifact: open, collaborative, and adaptable». Traducción de los autores del artículo.

ⁱⁱ Los períodos de recuperación fueron: lunes 7 hasta el domingo 13 de mayo; del lunes 11 al domingo 17 de julio; del lunes 16 al domingo 22 de agosto y del lunes 27 al domingo 2 de setiembre.

ⁱⁱⁱ «One picture (a template) may give rise to thousands of independent humorous units». Traducción de los autores del artículo.

^{iv} Publicado en https://www.reddit.com/r/AdviceAnimals/comments/ottin/bad_luck_brian/ con link a un generador donde el usuario subió la imagen para que otros realicen sus propias versiones.

^v De izquierda a derecha y de arriba a abajo *You Guys Are Getting Paid?*, *Bangladeshi Cake Cutting* y *Sarcastically Surprised Kirk*. El inferior izquierdo no corresponde a ningún arquetipo.

^{vi} La idea de la web como plataforma es central en el concepto de Web 2.0 planteado por Tim O'Reilly (2012).

^{vii} «(...)share not only structures and stylistic features, but also themes, topics, and intended audiences». Traducción de los autores del artículo.

^{viii} Desde luego, esta inteligencia es, en general, irónica.

^{ix} En el caso del meme inferior-izquierdo hay una ruptura del paradigma de comprensión de lenguas, pero justamente el cambio de paradigma a partir de una homonimia es la gracia del chiste, por lo que más que romper el paradigma lo reafirma.

^x Este cambio no es el mismo que el cambio de la Web original a la Web 2.0 ya que mucha de la web centrada en usuarios sigue teniendo el funcionamiento de la web original, pero hay cierta superposición porque las principales aplicaciones de la web centrada en usuarios (en particular los servicios web de Google y las redes sociales) son Web 2.0.

^{xi} «While one might expect that in the absence of formal gatekeeping people would create an endless array of meme types, in reality, participants tend to mold their memetic contributions according to a surprisingly small number of formulations». Traducción de los autores del artículo.

^{xii} *Content Manager System*, Sistema de Gestión de Contenido, herramienta de diseño web en que una vez montado el sitio permite a los usuarios agregar "contenido" (la categoría nos parece discutible pero es el término que aparece en la documentación y en el propio nombre de estas herramientas) sin mayor conocimiento técnico.

^{xiii} De todos modos, como señalan Adorno y Horkheimer (1998), es importante tener en cuenta el aspectotécnico para entender la estandarización en la industria cultural.

^{xiv} «The memetic process is a product of the human capability to separate ideas into two levels – content and structure – and then contextually manipulate that relationship». Traducción de los autores del artículo.

^{xv} Resulta interesante el uso de la imagen en el ejemplo de la derecha. La foto original fue tomada de un banco de imágenes en el que hay muchas fotos en las que participaron unos pocos modelos, esta foto fue tomada del mismo banco y comparte dos de los tres modelos con la foto del meme original.

^{xvi} «Each new iteration prompts association of the most recent use of the meme with the original and whatever other versions have been seen». Traducción de los autores del artículo.

^{xvii} «Even as memes are built upon individual reappropriation, they are still beholden a broader system of social processes». Traducción de los autores del artículo.

xviii «in an era marked by “network individualism,” people use memes to simultaneously express both their uniqueness and their connectivity». Traducción de los autores del artículo.