



El meme como pliegue espacio-temporal: su ecología mediática a partir de las dimensiones de la interfaz

Que para obtener el título de Doctora en Ciencias Sociales
en el área de Comunicación y Política

Presenta

Úrsula Albo Cos

Asesores: Dr. Jerónimo Repoll y Dra. Silvia Gutiérrez Vidrio.

Ciudad de México, 17 de junio de 2021.

Agradecimientos

A mis **padres**, por todo y por seguir acompañándome.

A mis **hermanas y sobrin@s**, por enseñarme a alcanzar mis objetivos.

A mis **amig@s**, por estar ahí para apoyarme y motivarme, gracias Beto y en especial a Fer Martínez Elorriaga.

A **Nina**, por enseñarme de las mejores cosas que hay en la vida.

A mi **amor** por compartir vida y conocimiento.

Agradezco a mis **asesores, lectores**, el financiamiento de **CONACYT**, así como los distintos apoyos de la **UAM**, sin ustedes, realizar el doctorado no hubiera sido posible.

Resumen

El objetivo general de esta investigación es analizar al meme como una herramienta de comunicación atravesada por la comedia, a partir de postulados teóricos sobre la interfaz. Desde la cajanegrización, la finalidad es instrumentar la ecología mediática en lo concreto, distinguiendo aquello que delimita los espacios de interacción del meme frente a otras herramientas y medios de comunicación.

De manera que la apuesta teórica busca poner a prueba las metáforas de la ecología mediática bajo su interpretación de ambiente generado entre los usuarios y los medios, esto a partir de su situación de uso; así como desde la perspectiva de las especies mediáticas desde la interfaz, proponiendo categorías que permitan analizar al meme a partir de tres dimensiones: el género, la gramática mediática y el tipo de referente narrativo. De manera que se hagan evidentes los pliegues de tiempo y espacio que tiene dentro. El diseño metodológico se hizo con el objetivo de distinguir y rastrear aquellas herencias que tiene el meme con respecto a otros medios, así como identificar sus características con base en su interacción dentro del ambiente mediático.

El corpus se conforma de 46 memes seleccionados a partir de su diversidad creativa, ordenados desde la situación de oportunidad que hizo poner en acción la interfaz del meme. A partir del análisis de éstos, se llega a la conclusión de que las dimensiones de la interfaz no son sumativas, sino que al estar contenidas en un espacio, y reflejadas en determinadas materializaciones, le dan vida a aquello que consideramos un meme; es decir, que se vuelven herramientas de comunicación basada en los procedimientos de la comedia verosímiles y abiertos a la creatividad del ambiente mediático. Por lo que el meme es el espacio en donde se conjunta una red de nodos plegados, determinados por un microambiente tecnológico y humano específico.

Tabla de contenido

Introducción.....	6
El contexto del meme en México	11
Pensar al meme desde la ecología mediática y la interfaz.....	14
Capítulo I Abriendo la caja negra del meme: planteando la problemática.	17
La cajanegrización como forma de cuestionar el contexto mediático.....	18
El meme como herramienta de comunicación profesional	31
Capítulo II Pliegues de espacio-frontera en la interfaz como parte de la ecología mediática	35
La importancia de la metáfora para la generación de conocimiento	35
La metáfora de la ecología mediática como perspectiva de conocimiento	39
Las dos interpretaciones de la metáfora de la ecología mediática.....	43
La interfaz como frontera en el ambiente mediático	45
La materialización mediática de la interfaz	53
La materialización de la interfaz desde la táctica y la estrategia.....	57
La interfaz vínculo entre personas y tecnología en la ecología mediática	63
Capítulo III Pliegues de tiempo en la interfaz: ecología mediática y sus situaciones de oportunidad.....	65
El tiempo acumulativo como pliegues de los ambientes mediáticos	66
Situación de oportunidad comunicativa	70
La puesta en acción de la interfaz en la perspectiva de los medios como especies.....	80
Capítulo IV El meme: categorías de análisis desde la interfaz.....	84
Dimensiones de la interfaz	84
Género como dimensión de la interfaz	86
Gramática mediática	90
Referentes narrativos mediáticos, transmedia y originales	94
Categorías para el análisis de las tres dimensiones de la interfaz del meme	100
Capítulo V La interfaz materializada: análisis del meme a partir de sus dimensiones espacio-temporales.....	110
Criterios de selección para el corpus de análisis	110
Memes con situaciones de oportunidad que parten de vivencias mediáticas.....	112

Tragedias percibidas a través de medios de comunicación masiva.....	126
Personajes o narrativas a partir de la misma cultura del meme	131
Matriz aplicada al corpus de memes con situaciones de oportunidad que parten de vivencias directas.....	133
Respuestas personales	133
Situaciones en el trabajo o escuela	134
Matriz aplicada al corpus de memes con situaciones de oportunidad que parten de vivencias mixtas.....	147
Las tres dimensiones de la interfaz y su vínculo	163
Hallazgos y consideraciones finales	168
Referencias	175

Introducción

Los memes se han vuelto espacios de interacción que conjuntan determinadas formas de comunicación a través de las cuales recibimos y enviamos mensajes a diario. Analizar al meme como herramienta de comunicación atravesada por la comedia, nos permite proponer ciertos postulados teóricos en los que se rastrean ciertas herencias mediáticas dentro de él. Esto implica construir al meme como objeto de estudio desde la metáfora de la ecología mediática y no como marco teórico-conceptual desde la memética.

Al respecto, existen diversas investigaciones sobre el meme desde esta última dimensión o plano de análisis, en donde predomina el uso de sus categorías (Blackmore, 1999; Aunger, 2002; Distin, 2005; Vélez, 2007; Knobel y Lankshear, 2007; Burgess, 2008; Shifman, 2014; Pérez, 2017). También se ha complejizado su estudio abordándolo desde la semiótica (Wiggins, 2019; Bitonte, 2020), derivando en la construcción de un objeto de estudio con características heredadas de la memética. Dicha propuesta nace del trabajo de Richard Dawkins expuesto en su libro *The selfish gen* (1976), que tiene como propósito examinar la biología del egoísmo y el altruismo. El autor propone por primera vez en este ámbito el vocablo “meme” en un breve capítulo, en el cual explica su perspectiva sobre la forma en la que la cultura se transmite de manera similar a la información genética, básicamente en una lucha de conservación. Incluso plantea que, si las condiciones cambian, la cultura también evoluciona.

Dawkins consideró que al establecer una analogía entre genes y cultura se necesitaba un nuevo sustantivo para llamar a esta forma de replicación cultural. Por lo cual presenta una palabra que hace referencia a la unidad mínima de cultura transmisible o de imitación, retomando la palabra '*Mimema*' del griego, que significa: aquello que es imitado. Sin embargo, quería que dicha palabra fuera monosilábica y a su vez que se pareciera en sonido a “gene” lo cual lo llevó a reducirla a “meme”.

El autor señala que éstos pueden ser tonos musicales, creencias, ideas científicas, frases hechas, ropa, modas, formas de hacer cosas como vasijas o arcos de caza;

es decir, todo aquel contenido que pueda ser propagado como lo hacen los genes, pero en lugar de ser transmitidos de cuerpo a cuerpo por vía de los espermatozoides o los huevos, los memes se propagan de cerebro a cerebro gracias al proceso de imitación y comunicación que pasa de uno a otro cerebro como virus.

Frecuentemente se ha recurrido a las características taxonómicas de transmisión del meme para poder estudiar su contenido desde la memética. Richard Dawkins (1976) propuso tres: fidelidad, fecundidad y longevidad, a las cuales Raquel Da Cunha (2007), de acuerdo con el contexto histórico de la globalización e Internet agregó una más a la que nombró como: alcance. La *fidelidad* se refiere a la cantidad de modificaciones con las que un meme es replicado; en cuanto a la *fecundidad* se trata de la velocidad; mientras que la *longevidad* es cuando un meme perdura a lo largo del tiempo; por último, el *alcance* tiene que ver con la cobertura geográfica o de círculos sociales concretos en los que un meme es replicado. Puede ir desde lo local y específico a lo global general.

El concepto de meme se ha complejizado y evolucionado desde entonces, como lo documentan: Blackmore, 1999; Aunger, 2002; Distin, 2005; Vélez, 2007; Knobel y Lankshear, 2007; Burgess, 2008; Shifman, 2014; Pérez, 2017. De acuerdo con Vélez (2007), existen dos grandes divisiones entre los autores que consideran a la memética como ciencia. Por una parte está la corriente de los mentalistas (Aunger, 2002) y, por la otra, los conductistas (Blackmore, 1999; Dennett 1990). Las corrientes mentalistas consideran que los memes son una propiedad del cerebro y que se ven reflejados en forma de ideas, impulsos eléctricos mentales o de configuraciones neuronales. Las corrientes conductistas afirman que la única forma de estudiar los memes es a través de sus efectos, como conducta o artefactos, siendo dichos resultados los que se deben de considerar como memes (Vélez, 2007).

Frente a estas dos grandes divisiones, Kate Distin, en su libro *The Selfish Meme* (2005), llega a un punto medio, afirmando que no cualquier tipo de replicación es relevante para la cultura humana. Así que añade un elemento clave a la noción de meme, que es el de: conciencia. A su vez, utiliza el concepto del fenotipo extendido

frente al cual concluye que los memes pueden tener representaciones tanto en forma de ideas dentro de la mente, como en forma de comportamiento, o de artefactos con contenido representacional como son los libros, fotografías, grabaciones audiovisuales o publicaciones en Facebook.

En el campo de los estudios de Internet se han intentado definir a los memes acercándose a su contenido específico, como lo hace Michele Knobel y Colin Lankshear (2005); así como Kulkarni (2017). Ellos establecieron ciertos elementos para considerar lo que son los memes en Internet a partir del humor pero sin separarse de la memética. Llegan a la conclusión de que los memes contienen elementos de humor, poseen una rica intertextualidad, remiten a eventos, iconos o fenómenos conocidos popularmente; tienen yuxtaposición anómala, usualmente percibida en las imágenes; y características fuera de la norma —*outliers*—.

Una definición que incorpora matices a la anterior es la enunciada por Jean Burgess (2008), al describir a los memes como “bromas o acciones que se vuelven ampliamente imitadas, y que se propagan a través de redes descentralizadas, presentando mutaciones que no pueden ser predichas o controladas por sus creadores originales” (Burgess, 2008, p. 9). A esta definición se le puede argumentar que, actualmente, su propagación va más allá de lo que antes eran consideradas redes descentralizadas, las cuales han dejado de serlo, convirtiéndose en grandes emporios comerciales, por lo que a lo largo del trabajo resulta pertinente nombrarlas como medios conectivos¹. A esto Francisco Yus (2018) le añade especial importancia a la alteración, lo que lo lleva a diferenciar a los memes de lo viral, argumentando que aquello que es viral se esparce sin cambios, mientras que los memes son distintos ya que tienen una base que se va modificando, creando familias de memes.

Actualmente los memes se han convertido en parte del contenido de blogs, de programas de televisión, de periódicos, entre otros. Asimismo, una broma en

¹ Van Dijck (2016) propone nombrar a las redes sociales digitales como medios conectivos ya que argumenta que lo social se ha convertido en una serie de reconfiguraciones computacionales empresariales que median las interacciones dentro de estas plataformas.

formato de imagen que no sea ampliamente imitada no pierde su característica de meme, desde lo que se entiende en el sentido común, solamente sería un “mal” meme, ya que no cumple con su función, pero seguiría conservando su esencia como herramienta de comunicación; en otras palabras, un libro que no se vende ampliamente no deja de ser libro. Por lo que desde la perspectiva de Jean Burgess (2008), se sigue poniendo énfasis en el contenido y manera de distribución, no en la forma de la herramienta de comunicación.

Limor Shifman, en su libro *Memes in Digital Culture* (2014), retoma estas disertaciones para definir al meme en Internet como un grupo de elementos digitales creados conscientemente, los cuales comparten características de contenido, forma y/o perspectiva, con la posibilidad de ser imitados, transformados y difundidos por medio de la tecnología del internet a través de sus usuarios.

Shifman considera que, en el discurso habitual de los cibernautas “la etiqueta de ‘meme de Internet’ es aplicada comúnmente para describir la propagación de bromas, rumores, videos y sitios web de persona a persona vía Internet” (2014, p. 2). Ella considera que un atributo central es la capacidad que tienen los usuarios para la creación de parodias, remixes y *mashups* a partir de estos memes. Por lo tanto, le da un papel preponderante a su intertextualidad, poniendo énfasis en que “los memes comúnmente se relacionan unos con otros de formas complejas, creativas y sorprendentes” (2014, p. 2). No obstante hay una gran cantidad de memes que aluden a dicha intertextualidad, no necesariamente sucede así en todos los casos, e incluso ya no sólo se distribuyen por Internet, algo que ella llama *hypermemonic* como una extensión, pero en lo que no profundiza. Hay que reconocer que Shifman propone hacer un vínculo entre el aspecto científico y el discurso popular, conserva la idea de replicación del contenido cultural y cae en la trampa del análisis del contenido cultural difundido en Internet.

En esa misma línea se han abordado las características del meme desde la mutación de imágenes y video (Burgess, 2008); su viralización y supervivencia (Brad Kim, 2008; Michele Coscia, 2013); sus formas de mutación: memeplex, metameme, holmeme (Pérez, 2017; Brad Kim, 2008); como un recurso expresivo

que forma identidad (Pérez, 2017); y desde la perspectiva de los Estudios Culturales: racismo, prejuicio y discriminación, intolerancia, ambientalismo, valores, protesta (Pérez, 2017). Con estos estudios se sigue analizando el contenido y la forma en la se transmite, pero no al meme en sí mismo como una herramienta de comunicación. De esta manera se cuestiona parte de lo que se daba por sentado con las corrientes que parten de la memética, como su transmisión exclusiva por Internet, su digitalización como distinción, la independencia de la comedia² y de las expresiones estéticas, la yuxtaposición, así como la forzosa edición.

Hay que advertir que la difusión de memes no es exclusiva del ámbito digital³, ni nace con el Internet. Sin embargo, sus formas y tiempos han cambiado a partir de estas tecnologías, ya que ahora los usuarios tienen las herramientas para hacer a los memes replicables con o sin variaciones, fácil y rápidamente. Por lo que la apuesta del presente trabajo es referirnos al meme como una forma, una herramienta de comunicación, más que como un contenido. Esta perspectiva se deriva de relacionar al meme con otros medios y formas de comunicación, tanto dentro, como fuera de Internet. Por lo que el objetivo general de esta investigación es analizar al meme a partir de postulados teóricos sobre la interfaz, logrando instrumentar la ecología mediática en herramientas de comunicación concretas. La finalidad es distinguir aquello que delimita los espacios de interacción del meme frente a otros medios.

A partir de esta apuesta exploratoria se busca poner a prueba, las metáforas de la ecología mediática y de la interfaz, proponiendo categorías que permitan analizar al meme a partir de tres dimensiones: el género, la gramática mediática y el tipo de referente narrativo. Por su capacidad de síntesis, así como su constante

² A lo largo del trabajo se hablará de comedia y no de humor, ni de risa, ya que para el análisis y como parte de las dimensiones de la interfaz se abordan los procedimientos de comedia propuestos por Bergson para el análisis de dicho género en la estética.

³ La digitalización, entendida como “el proceso a través del cual las señales eléctricas pasan de un dominio analógico a uno binario” (Scolari, 2008, p. 80), reduce las distorsiones y pérdidas de información en los procesos de reproducción y distribución, por lo que al ser datos numéricos, son infinitamente modificables. Esto facilita que sus elementos puedan ser fragmentados, manipulados y combinados (Scolari, 2008), ya sean sonido/audio, imagen fija, imagen en movimiento, audiovisual o texto.

reconfiguración, el meme logra conjuntar pliegues de espacio y tiempo histórico-tecnológico de otros medios de comunicación de la sociedad contemporánea, evidenciando huellas que generan experiencias ya conocidas por los usuarios y que empatan con el estilo de vida fugaz y de consumo de la actualidad.

El contexto del meme en México

Las investigaciones sobre memes resultan relevantes ya que, según Google Trends⁴ en su acumulado entre el 1 de enero de 2004 al 25 de abril de 2020, México ocupa el segundo lugar mundial con las mayores búsquedas de la palabra y tema “meme de Internet” que se relaciona con “gracioso”, obteniendo un valor de 92 puntos sobre un rango de 0 a 100, en donde 100 es el valor más alto como se muestra en la Figura 1. Los últimos lugares en frecuencia de búsquedas del mismo tema los tienen Japón, Yemen y China⁵, asignados con un valor de 1, mientras que Ciudad del Vaticano tiene cero de las búsquedas entre las 253 localidades consideradas por Google Trends entre estas fechas.

Figura 1. Mapa mundial sobre la búsqueda del término meme por países al día 25 de abril de 2020. El tono más oscuro corresponde a los lugares con mayores búsquedas y los tonos más claros a aquellos con menores frecuencias de búsqueda. Del lado derecho aparece la lista de países desplegados en orden de mayor a menor de frecuencias de búsquedas del término meme.



Fuente: Google Trends (25 de abril de 2020).

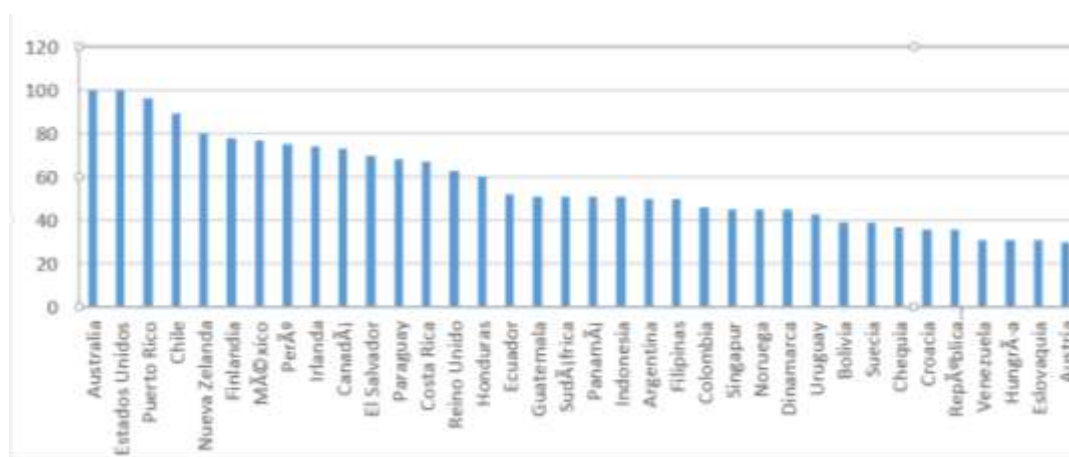
⁴ Plataforma de Google que mide las tendencias de términos utilizados en su motor de búsqueda.

⁵ Google para realizar las búsquedas traduce el tema a los distintos idiomas. Una de las hipótesis de las bajas cifras en estos países son con respecto la cultura japonesa, los conflictos políticos de Yemen y el cerco informativo en China.

Llama la atención que en 2018 los primeros lugares los ocupaban Australia, Estados Unidos de América y Puerto Rico, como se ve en la Figura 2 realizada con datos del 1 de enero de 2004 al 21 de abril de 2018, mientras México se encontraba como el séptimo país que buscaba en Google el término y temática de “meme en internet”. Con esto se manifiesta cómo el fenómeno ha ganado espacios en la vida cotidiana de los mexicanos, así como en sus tiempos de ocio de manera rápida. A tal grado que dicho país escaló cinco posiciones en un par de años, a lo que hay que añadir el incremento en el acceso a la tecnología.

De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares⁶ en 2019 alrededor de 80.6 millones de las personas de seis años o más en el país hacen uso de Internet, lo que representa un 70.1 por ciento de la población, a diferencia del porcentaje registrado en 2018 que fue del 65.8 por ciento. Asimismo, “las principales actividades realizadas en Internet durante 2019 fueron: para entretenimiento (91.5%), para obtener información (90.7%) y para comunicarse (90.6%)” (ENDUTIH, 2020). Cifras que tal vez se modifiquen a partir de la pandemia del COVID-19.

Figura 2. Frecuencia de búsqueda mundial por país del término ‘meme’ correspondiente al periodo 1 de enero de 2004 al 21 de abril de 2018.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Google Trends.

⁶ <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2019/>

Investigar al meme, desde la puesta en acción de su interfaz, permite establecer vínculos sociotecnológicos con él, ya que se ha dado un uso creciente a nivel internacional como parte de la vida cotidiana de las personas durante los últimos años. Esto se aprecia en la Figura 3 de *Google Trends*, basada en la búsqueda del término “meme de Internet” del 1 de enero de 2004, día del cual parte el registro, hasta el 25 de abril de 2020. Los resultados muestran que a partir del 2010 se ha vuelto más popular su búsqueda en casi todo el mundo.

Figura 3. Búsqueda del término ‘meme’ en Google con un registro desde el 1 de enero de 2004 al 4 de abril de 2020.



Fuente: Google Trends (26 de abril de 2020)

Un momento clave que confirma cómo el meme le ha ido ganando espacio-tiempo al ocio es el gran despunte que presenta la gráfica de la Figura 3, respecto a la búsqueda de memes a partir de los primeros días de marzo del 2020. Esta fecha coincide con el inicio del confinamiento en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica a causa de la pandemia del coronavirus. Podemos intuir que el meme está ganando terreno dentro de este espacio-tiempo de ocio generado por el confinamiento y la

crisis sanitaria mundial. Esto invita a realizar una investigación más extensa, que queda fuera de los alcances del presente trabajo.

Al parecer los usuarios buscan aquellos medios tecnológicos y herramientas de comunicación que tienen por característica la brevedad, la inmediatez, el sensacionalismo y el impacto como parte de la dinámica de la modernidad en la que están inmersos. De esta forma, pueden tener la sensación de que satisfacen su necesidad de expresión sobre aquello que los rodea y lo que experimentan, volviéndose estas herramientas de comunicación parte de su vida cotidiana, y a partir de las cuales le dan orden a lo que perciben.

Pensar al meme desde la ecología mediática y la interfaz

Analizar como objeto de estudio al meme atravesado por la comedia, junto a su interfaz, permite evidenciar la creatividad y la influencia del entorno mediático, algo que desde los estudios meméticos queda en la periferia. Situarlo a partir una perspectiva espacio-temporal permite observar aquello que comparte, lo fragmenta y enlaza en sus fronteras. Esto nos hace reconsiderar el aforismo “el medio es el mensaje” (McLuhan, 1996, p. 29), por lo que, en cualquiera de las múltiples interpretaciones (Strate, 2012; Logan, 2007; Levinson, 2000; Roncallo-Dow, 2014), se tiene que iniciar el análisis por alguno de los dos elementos que lo componen, ya sea el medio o el mensaje, y así tener pistas de ambos. Sin embargo, a esta tarea se le añade un reto mayor al considerar también a los usuarios y la extensión de sus sentidos, en conjunto con la tecnología, como parte de la vida cotidiana.

Por tal motivo se vuelven pertinentes las reflexiones teóricas en torno a la interfaz desde autores como Simmel (1987), Rorty (1996), McLuhan (2009) y Scolari (2018), así como las de los ambientes mediáticos a partir de Ong (1982), Havelock (1996) y Postman (1987). A pesar de ser reflexiones anteriores a los memes, estas perspectivas ofrecen una propuesta de análisis que sirve para distinguir lo inamovible del meme, su forma a partir de la ecología mediática y la interfaz. De esta manera se pone a prueba la operatividad de la propuesta, ya sea con memes

o con otro tipo de medios y herramientas de comunicación que vayan surgiendo en el interactuar cotidiano de la sociedad, los usuarios, los avances tecnológicos en software como en hardware. De manera que se puedan poner a prueba, de forma exploratoria, estas dos perspectivas en objetos de estudio concretos.

La interfaz a lo largo del trabajo se entiende como una frontera que ofrece posibilidades para deconstruir, relacionar y contrastar el lugar de interacción en donde se juega lo ajeno y lo que es propio; lo que puede permear e interactuar y lo que no. La frontera le da forma al contenido comunicativo y a la información. Determina la manera de interactuar de los usuarios y al propio medio ambiente mediático, ofreciendo posibilidades de análisis que van más allá del contenido. Si bien un mismo contenido puede ser presentado de diferentes formas, la pregunta central radica en ¿cómo se distingue cuando viene en forma de meme?

Para poder distinguir la interfaz del meme, en el primer capítulo se hace un acercamiento al objeto de estudio a partir de la *cajanegrización*, como lo aborda Bruno Latour (2001) en su perspectiva de actor red; es decir que, con base en el mal funcionamiento del meme en situaciones cotidianas, se pueden percibir los componentes de su proceso entre personas y tecnología cuando el mecanismo no hace lo que se supone debe hacer. Latour (2001) concibe el proceso de la caja negra como un pliegue de tiempo y espacio, sin embargo, la propuesta en la presente investigación se aborda desde una perspectiva centrada en la tecnología de la comunicación, lo que deriva en un enfoque a partir de la ecología mediática.

En el segundo capítulo se reflexiona sobre la metáfora de la ecología mediática. Se exponen las dos interpretaciones del ambiente mediático, tanto aquella entendida como el conjunto de interacciones entre personas y medios de comunicación, así como la que percibe a los medios como especies biológicas, las cuales evolucionan, desaparecen, co-evolucionan o se vuelven parasitarias. Ambas derivan en un vínculo con la interfaz como frontera que genera espacios de interacción. En el tercer capítulo se vincula a los pliegues de espacio que tienen que ver con el tiempo, lo que deriva en situaciones de oportunidad de comunicación generadas por la

extensión de los sentidos y que permiten la puesta en acción de una determinada interfaz dentro del ambiente mediático.

Para poder operar la propuesta realizada a partir de la reflexión teórica, en el cuarto capítulo se retoma la idea de la materialización de la interfaz del meme. En esta sección del trabajo, de manera exploratoria, se proponen tres dimensiones de su frontera de interacción, como es: el género, la gramática mediática y la narrativa. La selección de estas tres categorías de análisis no implica que no existan más, pero inicialmente se consideraron aquellas dimensiones que tienen que ver con la forma intrínseca del meme.

En el quinto capítulo se lleva a cabo el análisis, poniendo a prueba las categorías que permitan deconstruir cada uno de los memes con los que se trabajó. Las situaciones de oportunidad funcionan como marco para la presentación y organización del corpus conformado por 46 memes. Esta forma de establecer el orden para el análisis permite reconstruir el contexto que le da sentido a los memes y que determinó su selección.

Asimismo, se analizan memes generados en sociedades distintas a la mexicana, como la norteamericana o la española. Se eligieron estos dos países en un caso por la cercanía geográfica con Estados Unidos de América, así como en el otro por el lenguaje y la cultura en común que se tiene con España. Esta última elección también fue pertinente ya que como parte del doctorado del cual es resultado el presente trabajo se realizó una estancia de investigación con Carlos Scolari en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, España, que coincidió con el momento político electoral que se repetía en dicho país el 10 de noviembre de 2019.

De esta manera, el trabajo en su conjunto deriva en una propuesta metodológica que permite el análisis de memes, con tal apertura que, sin importar el ingenio con el que hayan sido realizados, se puede trabajar inagotablemente con la información que arroja cada uno de ellos. Este corpus, si bien no agota todas las formas creativas del meme, arroja pistas de su potencialidad y el uso de la perspicacia como característica para lograr el género de la comedia a través de sus distintos procedimientos.

Capítulo I

Abriendo la caja negra del meme: planteando la problemática

Hoy en día la tecnología permite medir lo ocurrente dentro de la “caja negra”, lo cual exige nuevos paradigmas en el análisis experimental de la conducta. (Fleming-Holland Rutherford, 2008, p. 59)

Con la finalidad de plantear una perspectiva distinta a la de los estudios meméticos y semióticos con respecto al meme, se busca descifrar aquellos límites que éste tiene como herramienta de comunicación. Por lo que se recurre a la estrategia de la *cajanegrización* a partir de la apropiación de la tecnología. Es así como nos damos cuenta que los usuarios le van dando forma a la tecnología de manera ambigua, creativa, en un flujo más práctico y profesional. Es desde los intereses y funciones del uso que el meme tiene, que se puede convertir en un quehacer ante una determinada situación que resulta oportuna.

Desde la perspectiva del *actor red* de Bruno Latour (2001), se retoma la idea de la caja negra, la cual plantea que el mal funcionamiento de un proceso permite identificar la opacidad que esconde en pliegues de tiempo y espacio. Con este enfoque se pretende abrir la posibilidad de analizar al meme desde distintas teorías de la comunicación, disciplinas y ciencias, más allá de las categorías meméticas.

Realizarlo implica dinamismo, así como flexibilidad para su estudio, por lo que se retoma una perspectiva mediática compleja. Se pretende evitar buscar contenidos aislados o formas determinadas que se encuentren inmersas en un contexto particular. De manera que la cajanegrización invita a realizar postulados teóricos, a partir de aquello que sale del funcionamiento normal entre tecnología y personas, así como entre medios. Este uso poco común que se les da a los memes nos permite descubrir una parte de su forma, sus fronteras, proceso de puesta en

acción, su lugar en el contexto social y mediático, yendo más allá del contenido o viralidad, lo que invita a explorar al meme desde la ecología mediática.

La cajanegrización como forma de cuestionar el contexto mediático

Ante el problema de no poder calcular con un mínimo de precisión el papel que desempeñan las personas –actores- y la tecnología o técnica —actantes—, Bruno Latour (2001) propone como parte de su idea de *actor red*, centrada en la mediación entre tecnología y personas, que dicho papel puede interpretarse de cuatro maneras diferentes. La primera es la de *interferencia*, en donde la persona con una tecnología se convierte en otra cosa, no sumativa. Su significado se desplaza y da lugar a un lazo que no existía con anterioridad; es decir, se genera otra entidad (persona con un teléfono móvil o un teléfono móvil con una persona) que tiene posibilidades distintas, a diferencia de cuando estos elementos se encuentran separados.

La segunda interpretación de mediación es la *composición de metas* en dónde el primer motor —persona o tecnología— genera una serie de prácticas nuevas y sumativas que van formando composiciones de acciones en su conjunto. Posteriormente está la *significación de la mediación* que tiene que ver con flanquear los límites entre signos y cosas. Esto quiere decir que “las técnicas modifican el fondo de lo que expresamos, no sólo su forma” (Latour, 2001, p. 222). Por lo que las tecnologías tienen un significado que está generado por una articulación especial. Por último, y el punto que interesa a esta reflexión, es aquel en el cual Latour hace referencia a la *cajanegrización* a manera de metáfora. La perspectiva se centra en que la caja negra tiene diversos elementos, metas y acciones que se dan dentro de ella como pliegues que conjuntan tiempos y espacios diferentes. Todos ellos se comprimen en un único actante, el cual va adquiriendo sentido a partir de lo que va sucediendo de forma fluida y orgánica en lo cotidiano.

Dicho proceso invisibiliza toda la complejidad y heterogeneidad que lo compone, mostrándose como un simple y estable intermediario. La caja negra está constituida a su vez por más cajas negras; por lo tanto, al estropearse cualquiera de estos elementos, habrá humanos que la cuestionarán. Esto da pistas para identificar

aquellas partes que la conforman sutil, mimética y silenciosamente. Así, se contribuye a su funcionamiento imperceptible, lo que nos hace preguntarnos sobre el tiempo y espacio en el cual surgió. Al respecto Latour señala: “es en estos casos cuando una caja negra se abre momentáneamente, aunque pronto se cerrará de nuevo, convirtiéndose en algo completamente invisible en la secuencia principal de la acción” (2001, p. 228).

Por lo tanto, los casos que rompen con lo que sucede en una dinámica cotidiana en la vida de las personas, impactan en ciertos actores y actantes, como podría ser el meme en contextos donde se rompe la cotidianidad. A partir de ahí se revela el sentido ya naturalizado que el meme ha adquirido en su interacción con los actores y otros actantes dentro de un ambiente. De tal forma que, al descomponerse una caja negra, nos encontramos con una serie irreconocible de tecnologías silenciadas por el proceso de simplificación. Es así como se hace evidente que ya estaban normalizados como parte del ambiente.

Es a través de una materialización de estos pliegues que se evidencia y se interpreta la base de los patrones ya establecidos. Esto representa un camino de ida y vuelta, en donde aquello que se deja ver de un proceso, es el resultado de una caja negra que nos impide observar lo que sucede dentro (Latour, 2001). La finalidad es conocer lo que se hace con la tecnología que deriva en medios y herramientas de comunicación.

Situaciones extraordinarias, como los desastres naturales, nos permiten romper con aquello normalizado para así descubrir sus características. En el caso del meme esto fue evidente con el sismo que causó un desastre⁷ en la Ciudad de México el día 19 de septiembre de 2017 (19S), que develó la vulnerabilidad social del territorio. De tal manera que desde las primeras horas y hasta tres días después del evento, se apreciaron mensajes que mostraban diversas dimensiones del sentido del

⁷ Según Narváez, Lavell y Ortega (2009) “la noción de desastre exige niveles de daños y pérdidas que interrumpen de manera significativa el funcionamiento normal de la sociedad, que afectan su cotidianidad” (p.9-10). Por lo tanto, un desastre sucede cuando la vida cotidiana de una sociedad se ve paralizada y por tanto su desarrollo es frenado, dadas las pérdidas humanas, así como materiales y consecuencias causadas por un fenómeno ya sea de origen natural o antrópico.

memes. A continuación, se presentan ejemplos de publicaciones que se vieron constantemente en Facebook. Las imágenes fueron capturas de pantalla de elaboración propia tomadas a partir del 19S en Ciudad de México —Figura 4, 5, y 6—.

Figura 4. Se presentan tres capturas de pantalla de publicaciones de Facebook con diseño realizadas el 19 de septiembre de 2017 en las que se muestra una actitud reprobatoria hacia la realización de memes al respecto del sismo que se vivió ese día en la Ciudad de México, así como en otras partes del país dejando un gran número de pérdidas de vidas y económicas.



Fuente: Recuperado de distintos perfiles de Facebook (19 de septiembre de 2017).

Figura 5. Se muestran tres publicaciones de Facebook sin diseño del día 19 de septiembre. En ellas se reprueba la creación de memes por parte de los usuarios de Facebook, sobre todo el tono cómico de tratar la tragedia.



Fuente: Recuperado de distintos perfiles de Facebook (19 de septiembre de 2017).

Figura 6. Par de publicaciones con imágenes que se hicieron, una el 22 de septiembre de 2017 –la de la derecha- y otra el 19 de septiembre de 2017 –la de la izquierda-. Es de llamar la atención la del lado izquierdo, ya que a través de la reprobación específica dos elementos clave que conforman a un meme: El género de la comedia, contrario a lo solemne y al miedo, así como la imagen. En la imagen de la izquierda también se reprueba la repetición de frases utilizadas por los memes para generar la situación de comedia.



Fuente: Recuperado de distintos perfiles de Facebook (19 de septiembre de 2017)

Frente a este desastre, en las publicaciones del medio conectivo se apreciaba constantemente la repetición de una idea que desaprobaba al meme, la comedia y la manera de tratar lo políticamente incorrecto respecto al sismo. La interacción entre esta herramienta de comunicación —el meme— y las personas, se calificaba como irrespetuosa y se tomaba con rechazo por parte de la comunidad afectada, principalmente por la falta de sensibilidad moral que implican algunos memes. Es en estos casos en donde se muestra que “una vez que una tecnología es admitida [...]; hace aquello para lo que fue diseñada. Nuestra tarea es entender lo que es ese diseño” (Postman, 1993, p. 7) y los elementos que la componen, a partir de los cuales se inserta en un contexto o por el contrario, se deja de lado.

Por otra parte, los memes han abandonado su distribución exclusiva a través del internet y utilizan medios como la imprenta, la serigrafía —como se aprecia en la Figura 7 y 8— o la televisión. Esto evidencia una expansión en cuanto a su distribución lograda gracias a su capacidad de adaptación a varias tecnologías, a partir de la digitalización, sin abandonar la forma o diseño de lo que la gente llama “meme”, a pesar de encontrarse fuera de Internet. Esto evidencia que el meme funciona más como un formato, a manera de herramienta comunicativa, que como un medio o contenido.

Siguiendo esta lógica y con la finalidad de comprender mejor la forma del meme, en la Figura 7 se muestran un par de playeras que se venden con el estampado de memes, los cuales le permiten salir al meme del ámbito de Internet para su distribución, así pierden parte de su carácter de inmediatez y de lo efímero que pueden llegar a ser. Con esto se refleja una parte de lo que las personas hacen con el diseño del meme, de las maneras en cómo lo ponen en acción. Los usuarios le van dando ese dinamismo. Si bien en este caso la caja negra no se descompone, sí permite percibir elementos nuevos e inesperados del meme que arrojan información de lo que sucede dentro.

Figura 7. Se muestra una playera que se vende en Amazon con el meme de la mujer y el gato.



Fuente: Shop4ever, Woman Yelling at Smudge Cat Funny Meme Ugly Long Sleeve Shirt, Amazon, <https://www.amazon.in/shop4ever-Woman-Yelling-Smudge-T-Shirt/dp/B0839H2VRX> (8 de agosto de 2019).

Con la Figura 8 nos damos cuenta de que prevalece parte de un formato, ciertos elementos constitutivos ya estandarizados y aprendidos, que permiten leer al meme e interpretarlo de determinada manera. La impresión en playeras sí se logra gracias a la digitalización, pero no necesariamente a Internet. Algo similar sucede con aquellos memes que venían impresos en pequeños papeles adheribles dentro de las bolsas de papas industrializadas Sabritas como parte de una promoción en 2017.

Figura 8. Meme de *Bad Luck Brian* impreso en playera para caballero que se vende en la tienda en línea de Zazzle



Fuente:
<http://www.zazzle.com/bad+luck+brian+regalos?lang=es>

Ciertos personajes que se utilizan en los memes han ido adquiriendo una identidad específica, un sentido determinado, creando una cultura del meme en sí misma. Existen personajes y frases definidas, que por sí solas ya hacen sentido, pues están tan difundidas en la cultura que detonan la risa a partir de su referente basado en el mismo meme, sin necesidad de verlas como imágenes difundidas en Internet.

Lo que nos dice que los personajes de los memes ya se han insertado en la cultura, y comienzan a ser inspiración para el arte pop, tanto en esculturas como en posters de exposiciones con esta temática. Como se puede ver en la Figura 9, se muestra una obra escultórica con inspiración en el meme *Bad luck Brian*, como parte de una colección privada. Incluso, como parte de un proyecto de la Universidad Federal Fluminense, a través de su departamento de Estudios Culturales y Media, en 2017 se abre el primer Museo de memes, en Rio de Janeiro, Brasil.

Figura 9. Escultura de *Bad luck Brian* con el se ve al joven original de la foto admirando su escultura a partir del meme.



Fuente:
<https://www.americustimesrecorder.com/2015/01/06/badluck-brian-2/>

Figura 10. Cuadro en el Museo del meme, México, del personaje *Bad luck Brian*.



Fuente: Fotografía propia

Ciertas creaciones consideradas artísticas, así como el marketing, ya reconocen a los memes como parte de la cultura, desbordando también su distribución y formas fuera de Internet, representándose en otros medios. Ejemplo de ello es la exposición de memes realizada por Coca Cola a través de su marca Fanta en la Ciudad de México, que se llevó a cabo los días 7 al 9 de diciembre de 2018. Lo que buscaba la exposición era mostrar obras de arte inspiradas en un recorrido de 10 años de personajes y frases de memes famosos con temáticas sobre la marca de refrescos, como se puede observar en la Figura 10. Con la exposición se evidencia una clara intención publicitaria, pues no sólo ha sido el patrocinador, sino que es la temática principal bajo la cual fueron creadas las obras inspiradas en memes. Este tipo de circunstancias no pueden pasar desapercibidas ya que:

[...] los museos de arte son una especie de forma híbrida entre el templo religioso y el banco en el que se muestran los fetiches de la mercancía para rituales de veneración pública; todo ello diseñado para producir excedente de valor estético y económico (Mitchell, 2014, p. 12).

El encargado del proyecto fue el curador Eduardo Granja, el cual propuso cuatro salas con las temáticas de: los Clásicos, Amor, *Friend Zone* y *Geeks*. Las obras fueron hechas por artistas como Rilke, Odette Paz, Javier Gómez Fernandez y Ocote.

Otra forma de darle sentido a los memes es a través de los propios memes. Gabriel Pérez Salazar (2017) los llama metamemes; es decir, memes que hablan de ellos mismos, arrojando pistas de lo que son, de sus características y usos. En las Figuras 11 y 12 podemos ver cómo ambos memes explican una parte de su esencia, haciendo referencia al meme como un formato y una herramienta específica de comunicación, la cual queda evidenciada a partir del fenómeno que Bolter y Grusin (2011) plantean como *hipermediación*, en el que se hace visible de manera exagerada el medio.

Estos memes muestran cierta gramática en la cual se ubican frases arriba y frases abajo con letras blancas que rematan con una situación propia de la comedia, todo sobrepuesto a una imagen. Sin embargo, las imágenes de fondo no son fortuitas, en la Figura 11 se muestra a Morfeo —Laurence Fishburne—, personaje de la película *Matrix* (1999) que es un *hacker* y desea rebelarse de la simulación virtual en la que las máquinas tienen sometidos a los humanos. Es así como el argumento juega constantemente con las metarrealidades en las que todos estamos atrapados.

Figura 11. Imagen con el personaje de Morfeo de la película *Matrix* en donde se le dice al espectador “Qué si te dijera que tú estás adentro del meme”.



Fuente: <https://www.meme-goo.blogspot.com/%2F2013%2F03%2Fwhat-if-i-told-you-meme-funny.html>

Figura 12. Meme inspirando en el cuadro de Las Meninas de Velázquez, en el que se le advierte al espectador que él es el meme.



<https://www.facebook.com/asociaciónmexicanadememe.com>

En la Figura 12, el cuadro de *Las Meninas* de Velázquez se caracteriza por romper con la cuarta pared, haciendo al espectador parte del cuadro, mientras éste es pintado. Por lo que también se presenta un juego de realidades dentro de la obra, dando pie al mismo juego que el meme de la Figura 11. Por lo tanto, son los metamemes los que hacen evidente lo naturalizado.

Por otro lado, la Figura 13 refleja la forma que tienen los memes para expandirse con diversos fines, y su inserción como parte de la vida cotidiana actual. Da pistas sobre la forma de distribución de ideas de cualquier tipo, desde las más complejas e informadas, que se asocian con cuestiones sociales, políticas, económicas o filosofía; hasta las más clasistas, racistas, banales, violentas y poco informadas, pasando por todos los matices posibles. Esta imagen describe cómo la herramienta comunicativa del meme es un mensaje que se lee de manera connotada, y que se tiene que ser un genio como Albert Einstein para no caer en la tentación banal. A su vez advierte la importancia de estar conscientes de su función dentro del contexto mediático en el que se desarrolla.

Figura 13. Meme de Einstein que intenta definir el proceso de interpretar un meme.



Fuente: Grupo de charla privada de Whatsapp.

Figura 14. Captura de pantalla de la aplicación para eliminar memes.



Fuente: Elaboración propia a partir de una captura de pantalla.

Frente a la abundancia de memes a la que se enfrentan los usuarios de la telefonía móvil inteligente en la vida cotidiana, las empresas tecnológicas han buscado alternativas de software para facilitar el manejo y eliminación de los memes. Ahora, ciertos dispositivos cuentan con un identificador y 'contador de memes' para ser borrados automáticamente, diferenciándolos de otro tipo de imágenes. Esto lo podemos apreciar en la Figura 14 de la captura de pantalla del teléfono Xiaomi Redmi 5 Plus.

En el ámbito académico los memes también se están utilizando como corpus de análisis respecto a temas que tienen que ver con la opinión pública, como puede ser la aprobación de personajes de la política o de determinaciones políticas concretas por parte de la gente. Los memes, de esta manera, se comienzan a percibir como acciones de lo político y hacen referencia a situaciones legítimas del interés público. Esto se sustenta con base en la Mesa redonda titulada (DON'T) CRY FOR ME ARGENTINA. Elecciones, discursos y hegemonías en el siglo XXI⁸ centrada en la situación política y el rol de los medios en Argentina durante las elecciones presidenciales del 27 de octubre de 2019. Los ponentes discutieron sobre el papel de los medios y plataformas de comunicación, la confrontación discursiva y el escenario posterior al proceso electoral.

Figura 15. Cartel de la Mesa redonda titulada (Don't) Cry for me Argentina, Elecciones, discursos y hegemonías en el siglo XXI.



Fuente: <https://eventum.upf.edu/40810/tickets.html>

⁸ 28 de octubre de 2019, Sala de Actividades 55.003 - planta baja edificio 55. Tànger, Campus del Poblenou - Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.

En el evento, Juan Manuel Cozzi⁹ recurrió a comerciales de Youtube, así como a lo que él denominó ‘memes’ para contextualizar las campañas y la opinión pública de las elecciones presidenciales. Lo que presentó eran imágenes fijas editadas con situaciones de comedia, ya sea con texto añadido u otras imágenes que no pertenecían a la imagen original. Los memes fueron mostrados como corpus de análisis que hacían referencia a las diferentes opiniones frente al entonces candidato Alberto Fernández y al expresidente Mauricio Macri. El corpus tenía como finalidad demostrar la perspectiva de la gente con respecto al suceso electoral en los diversos momentos del proceso.

Por lo que en el ámbito académico, se asumen y retoman a los memes como formas a las que recurre la gente para la expresión de opiniones con respecto a algún suceso que atañe a la *res-pública*. Sin embargo, hay que ser prudentes al respecto, ya que en la web 4.0, existen memes que son utilizados como herramientas comunicativas con intereses propagandísticos. Esto no niega que muchos otros sean creaciones legítimas del sentir de uno o varios grupos sociales.

Figura 16. Meme resultado de un taller feminista de memes realizado con fotografías impresas en papel bond y plumones.



Recuperado del perfil @MemesFeministas de Twitter

⁹ Director del Centro Regional Santa Fe, Universidad de Concepción del Uruguay (UCU). Es rector y coordinador de la Carrera de Analista en Relaciones Públicas del Instituto de Estudios Superiores de Santa Fe (IES). Maestro en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones, Universidad Austral. Posee Diploma de Posgrado en Opinión Pública y Medios de Comunicación, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales en Buenos Aires (FLACSO). Es consultor e Investigador en organismos nacionales e internacionales.

Por otra parte, algo implícito del meme es el uso de la tecnología y la edición digital, lo cual se puede cuestionar ahora, evidenciando que el meme va más allá de la digitalización y del internet. Un ejemplo se muestra con la Figura 16, que si bien es un meme que se basa en fotografías digitalizadas e impresas en papel a blanco y negro, el texto está colocado con plumón rojo a los laterales de una hoja en blanco; es decir, de forma análoga, representando al meme en un medio diferente.

La Figura 16 es resultado de un Taller de memes feministas que se llevó a cabo en Barcelona, España el 17 de octubre del 2018, convocado por la colectiva @Memefeministas. Este es un ejemplo de cómo el meme también puede ser una mezcla de tecnología análoga con digital, en el que su sentido tiene que ver más con un género —el de la comedia— y su gramática, evidenciando lo dinámico que se vuelve el meme a partir de que es utilizado como una herramienta de comunicación en el día a día de los usuarios.

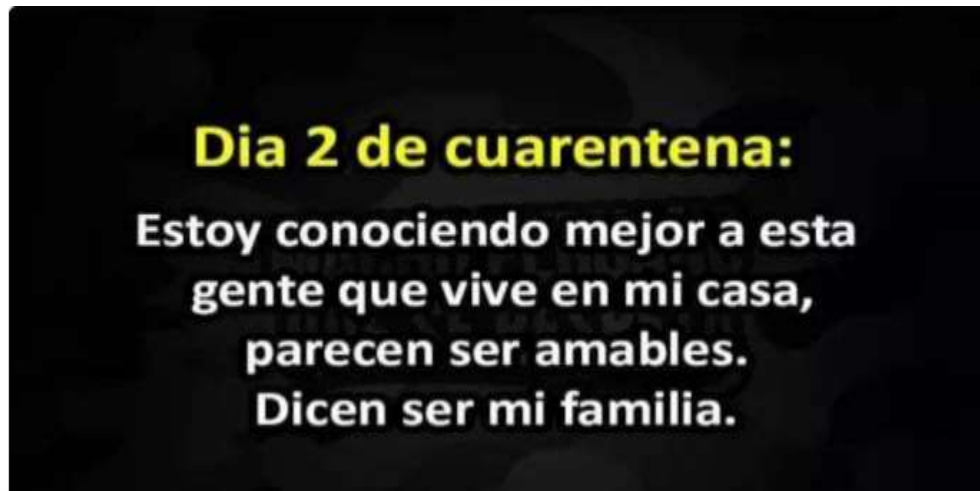
En el caso de la colectiva @Memefeministas, el uso de éste como herramienta de comunicación resulta ser estratégico, e incluso didáctico, pues el hecho de que *per se* el meme sea el pretexto para llevar a cabo un taller con la finalidad de sensibilizar a las participantes, así como enseñarles a utilizar el meme como una herramienta comunicativa que sirva para difundir temas puntales de la lucha feminista, resulta interesante. A través de este tipo de iniciativas se asume por los usuarios que el meme es efectivo para fines comunicativos específicos.

Ni la yuxtaposición, ni la intertextualidad son características intrínsecas a la forma del meme. La Figura 17 es un meme publicado en el diario argentino La Nación en su versión digital como parte de la nota titulada *Coronavirus: Los mejores memes y videos virales*¹⁰. El meme titulado “Día 2 sin clases” no cumple con el elemento de yuxtaposición en su forma, pues está conformado de puro texto. Asimismo, habla sobre lo que viven las personas a partir de la contingencia, sin hacer referencia a ningún personaje o situación de alguna otra narrativa. En ese sentido, no todos los

¹⁰<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/coronavirus-mejores-memes-videos-virales-del-dia-nid2344427>

memes cumplen con la característica de intertextualidad, ni de replicación de una idea.

Figura 17. Meme conformado de puro texto, como parte de la nota titulada Coronavirus: Los mejores memes y videos virales “Dia¹¹ 2” sin clases del diario argentino La Nación.



Fuente: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/coronavirus-mejores-memes-videos-virales-del-dia-nid2344427>

Frente a estas evidencias sobre la evolución que ha tenido el meme a partir de su uso en la vida cotidiana, adquiere sentido la necesidad de identificar su forma, pues va más allá del uso de un ordenador para su creación, distribución y exhibición. El meme se muestra como algo abstracto que rebasa la mera descripción sobre la manera y las herramientas tecnológicas que se utilizan para crearlo. Asimismo, es algo más que un contenido replicado.

En consecuencia, podemos decir que las características del meme se vinculan a las de una herramienta comunicativa, y que al igual que cualquier otra, como puede ser una novela, una nota informativa, una película, un documental, una pintura o una serie, pueden ser distribuidas a través de la tecnología del internet y ser proyectadas en una pantalla. Sin embargo, no es la única manera de visualizarlas, de distribuirlas ni de crearlas, lo que no afecta sus formas ni características.

¹¹ *Sic.*

El meme como herramienta de comunicación profesional

En la historia de la humanidad y la tecnología, no es la primera vez que se utiliza la mezcla de imagen, texto y comedia. Esta composición ha sido un recurso constante para lograr ciertos fines e intenciones concretas dentro de la comunicación, como ha sido la caricatura política, el cómic o los panfletos. Por lo que el meme es también utilizado como herramienta a niveles profesionales para lograr objetivos comunicativos concretos sobre las ideologías y la percepción del mundo.

Por lo tanto, el meme es también una herramienta comunicativa que va más allá de su fin lúdico-tecnológico de origen. Se ha colado en el mundo de la publicidad y de la propaganda, derivando en su monetización. Los memes se comienzan a ocupar cada vez más como una forma para realizar estrategias didácticas por profesores dentro de la educación formal e informal. Asimismo, para generar interés en los libros y temáticas a través de sus formas. "Las marcas, los medios, la televisión, las radios se han dado cuenta de la importancia de los memes y lo están usando dentro de sus medios para publicidad" (Urdaneta, 2019, párr. 2).

Entre los usos reconfigurados del meme encontramos al proyecto 'Memeloleo' el cual es parte de una campaña de lanzamiento del libro *En los ojos del Rey* (2019) creado por Sonia Martínez Martínez, en el que se muestra la visión del Rey Alfonso XII con respecto a su vida privada. Este proyecto surge como estrategia basada en el formato meme para hacer que las nuevas generaciones se acerquen a la tecnología del libro impreso. Martínez propone esta idea, partiendo de que actualmente los jóvenes están más acostumbrados a los formatos digitales y de los medios conectivos. Con ello la autora expone una reflexión social sobre el consumo que se hace de los contenidos que se presentan en Internet, por lo que el libro se diseñó pensado en la forma y narrativa nacida a partir de los memes, pero con contenidos históricos.

Lo que Martínez pretende con este proyecto es generar el interés y facilitar las posibilidades de lectura en lo jóvenes españoles, y de esta manera invitarlos al consumo de libros impresos. Otro ejemplo de este tipo de estrategia es el libro

titulado *La tesis a través de los memes* —Figura 18—, publicado en 2019 por Ediciones PaideiaMx, en donde Bárbara Cabrera da pistas y describe los conocimientos necesarios para la didáctica de la metodología de la investigación a través de memes. La finalidad es evitar el estrés que genera el proceso de enseñanza-aprendizaje involucrado en la realización de una tesis.

Existen artículos científicos que tratan el tema de la educación formal a través de memes, uno de ellos es el titulado *Experiencias en el uso de los memes como estrategia didáctica en el aula* (2014), por Luis Gabriel Arango Pinto, profesor de distintas universidades públicas y privadas en México, quien propone el uso del meme como estrategia didáctica en la escuela de nivel superior.

Con un aspecto más tradicional del meme, Eduardo Granja, quien se autodenomina como memero mexicano y creador de la cuenta @memelasdeorizaba, con alrededor de 600,000 seguidores en Instagram, hace memes como vía para obtener ingresos desde el año 2017. Afirma que las marcas se han percatado del auge, los elementos positivos y las ventajas del meme para hacer publicidad a sus empresas,

Figura 18. Portada del libro titulado *La tesis a través de los memes*, por Bárbara Cabrera.



Fuente:
<https://paideiamx.blogspot.com/2019/06/la-tesis-traves-de-los-memes-libro-2019.html>

así como de su universo narrativo e importancia en la vida cotidiana (Urdaneta, 2019). Por lo que, según Eduardo Granja, las empresas quieren hacerse presentes en ese mundo, sobre todo para acercarse a las generaciones más jóvenes. Existen marcas que de forma automática dan elementos para hacer memes y publicitarse por sí solas como lo son las series de Netflix o las películas más esperadas como *Star Wars* o *Avengers* (Urdaneta, 2019). El meme se ha vuelto una opción para que las marcas se acerquen a su público, ante el bajo consumo que va teniendo la televisión y la radio frente a los medios conectivos a través de la telefonía móvil inteligente.

Las cuentas de memes, al igual que los *influencers* en Instagram, van ganando peso como creadores de contenido al ir construyendo una personalidad propia para llamar la atención de los usuarios del medio conectivo y generar seguidores. Por lo que las cuentas de estos creadores de contenido valen tanto por su calidad de seguidores, como por su cantidad. La interacción entre medios, es decir la transmedialidad (Scolari, 2013), es parte de las fichas que se juegan para ir siendo más popular como memero y es lo que determina la monetización del meme que se crea o se difunde, ya que difícilmente se puede rastrear si es de creación propia o sólo se publicó añadiéndole la marca de agua, como se expresa claramente con la Figura 19.

Esto ha modificado la oferta y demanda de *influencers*, ya que ahora son las empresas las que los buscan para publicitarse. Es por eso que los memes comienzan a tener marcas de agua con las que se identifica a los autores. Firmar un meme se ha convertido en algo importante por dos razones, darse a conocer como memero, llamando la atención de más seguidores; y que las empresas busquen a estos creadores para que les hagan publicidad a sus productos o servicios.

Los memes se han convertido en una forma de comunicación directa, que habla de un espacio y momento cultural específico. Prueba de esto es ver cómo ante cada acontecimiento, la mejor manera de ver qué tan relevante o no fue; es ver cuántos memes salieron al respecto (Urdaneta, 2019).

Figura 19. Meme que hace referencia al plagio y derechos de autor de los memes.



Fuente: Recuperado de Whatsapp.

Una situación oportuna, es la que detona a los memes, a los memeros y a las marcas. Es aprovechar dicho acontecimiento para explotar la creatividad, ganar seguidores, hacerse presente como empresa. Parece ser que entre mayor sea el acontecimiento, mayor será la oportunidad de viralización del meme, pero también

existirá una mayor competencia de cuál sobrevivirá frente a un mar de ellos. Es así como la monetización ha transformado al meme, el cual tiene un rango de precio que va alrededor de los 250 dólares hasta los 1,500 dólares (Urdaneta, 2019).

Otro elemento que nos deja intuir lo que pasa dentro de la caja negra, es Canva¹², una página que tiene como objetivo principal ofrecer a sus usuarios plantillas de diseños visuales como presentaciones, pósters, volantes, logos, portadas de discos, programas para eventos, gafetes; y dentro de todas estas herramientas comunicativas hay una para la creación de memes. Esto lo pone dentro del campo semántico de lo visual, del diseño y presentación de información como parte de estas aplicaciones, en el cual, el elemento común que todas las plantillas tienen es la manera de ordenar, presentar y difundir información a través del diseño de imagen. Todas las opciones que ofrece esta página corresponden a herramientas de comunicación que hacen más efectivo un mensaje, mejorando su eficiencia, así como eficacia a partir de su gramática y tecnología.

Desde este enfoque, en conjunto con todas las situaciones que se han presentado a lo largo del capítulo, las cuales tenían como objetivo descifrar la caja negra del meme, resulta interesante proponerlo como herramienta de comunicación desde la ecología mediática, que se expondrá en el siguiente capítulo. A lo largo de este recorrido, el meme se mostró con características específicas, independientemente del dinamismo que va adquiriendo en su uso, adecuándose a los nuevos ambientes que se van generado.

¹² https://www.canva.com/es_mx/

Capítulo II

Pliegues de espacio-frontera en la interfaz como parte de la ecología mediática

El espacio no es más que una actividad del alma,
la manera que tienen los Hombres de reunir,
en intuiciones unitarias, los efectos sensoriales
que en sí no poseen lazo alguno.
(Simmel, 1987, p. 645)

Con el objetivo de construir postulados teóricos desde la ecología mediática, respecto a la interfaz, en el presente capítulo se aborda el estado de la cuestión de dicho enfoque como metáfora que permite incorporar la innovación tecnológica para comprender los cambios que se van dando en los ecosistemas mediáticos. Posteriormente se profundiza en la idea de interfaz, vista como frontera de interacción y la manera en la que se pone en acción a través de los vínculos que tiene con otras tecnologías y medios de comunicación.

La perspectiva de la interfaz como espacio fronterizo de interacción permite abordar la apropiación del espacio mediático a través de tácticas o estrategias, dando lugar a materializaciones mediáticas. Éstas evidencian las funciones de la interfaz a partir de los sucesos tecnológicos, sociales y psicológicos de los usuarios, que se conjuntan para ir dando lugar a las distintas herramientas de comunicación. La finalidad es evidenciar lo que sucede en las interfaces, consideradas como fronteras, a partir del uso del espacio.

La importancia de la metáfora para la generación de conocimiento

Las teorías son palabras que edifican un orden, buscan darle sentido a aquello que sucede en el mundo real. Sin embargo, nunca van a ser el mundo real, sólo son una vía, de tantas, para poder entender una parte de él dentro de la complejidad y el caos. De esta manera se pueden *hacer cosas con las palabras* (Austin, 1982), y una de esas cosas es lo que hacen los científicos a partir de las teorías. Estas palabras

no son la realidad, pero intentan darle un sentido para comprenderla y evocarla. Por lo tanto, se van construyendo al momento de ser dichas y escritas.

Richard Rorty (1996) considera que las metáforas nos invitan a hacer posibles teorías científicas porque permiten conocer más sobre el mundo que se habita, yendo más allá de sólo nombrar dicho conocimiento. De tal forma que las teorías son un quehacer performativo. Éstas hacen más fácil la transmisión y exploración de ideas, percepciones y abstracciones, tanto para los investigadores especialistas en un tema, como para la gente que no domina determinada área de conocimiento. La metáfora deja percibir “un modelo para entender el nuevo territorio, pone a disposición del investigador un vocabulario e indica en qué direcciones se puede seguir explorando” (Scolari, 2015, p. 28). Además, permiten aprender cosas más fácilmente al tomar prestadas formas de decir y de concebir.

Estructuralmente la metáfora permite dar cuenta e invita a analizar una situación con ayuda de lo que sucede en otra de forma más concreta, a partir de aquello que ya se ha asimilado. Marshall y Erick McLuhan afirman que “es una técnica de atención, de percepción (hemisferio derecho) y no de conceptos (hemisferio izquierdo)” (2009, p. 309). En este enunciado resulta interesante detallar como se reproduce el mito de la división de los hemisferios del cerebro (Jarrett, 2015). Se cree que el hemisferio derecho predomina en las cuestiones “del intelecto, percepción visual y espacial; o la captación total de las imágenes, por lo que se le conoce con el nombre de intuitivo, es el sintetizador, el de la estructura total y la imaginación [...] reconoce caras, voces, melodías, piensa y recuerda en imágenes” (Sperry, 1973, p. 21). Por lo tanto, se cree que es creativo, busca interpretar con base en experiencias y vivencias.

Por otro lado se considera que el hemisferio cerebral izquierdo está encargado principalmente de la “especialización en el procesamiento y manejo de ciertos parámetros de la información que habitualmente se halla contenida en el lenguaje, en lo referente a los códigos” (Romero, 2010, p. 11), ya sea de imágenes visuales o acústicas —siguiendo a Saussure (1945)—. Este hemisferio izquierdo se cree que

trabaja más con las funciones verbales y matemáticas, es por eso que utiliza signos para nombrar, ya sean letras o números, y así poder describir y definir.

A partir de identificar este mito en las funciones del hemisferio derecho e izquierdo del cerebro, la metáfora utilizada para generar conocimiento en la postura de Marshall y Eric McLuhan descrita como parte de *Las leyes de los medios* (2009), se diferencia de aquella en Ricoeur, quien en *La metáfora viva* afirma que

[...] el tema central consiste en que la metáfora es al lenguaje poético lo que el modelo al lenguaje científico en cuanto a la relación con lo real. Pero en el lenguaje científico, el modelo es esencialmente un instrumento heurístico que intenta romper, por medio de la ficción, una interpretación inadecuada y abrir el camino a otra más apropiada (2001, p. 317).

La crítica a Ricoeur es que la metáfora como instrumento heurístico no necesariamente se encuentra en el ámbito de la ficción ni de la interpretación inadecuada, sino por el contrario, se vuelve real y por lo tanto adecuada para percibir. Al llevar la discusión al terreno del mito de los hemisferios cerebrales, como la proponen Marshall y Eric McLuhan, es la forma de explicar su desacuerdo con la postura de Ricoeur, pues afirman que gran parte de la crítica retórica contemporánea, se basa en “la confusión que surge en no tratar algo en sus propios términos” (2009, p. 312). Por lo que la objeción a Ricoeur es su inclinación por “llevar la discusión de la metáfora al proceso de adecuación más que al proceso de creación, en términos de lógica y dialéctica y no de poiesis, en términos de conceptos (descriptivos) en lugar de preceptos” (McLuhan y McLuhan, 2009, p. 311). Con esto se deja de lado la abstracción, así como la creación de nuevo conocimiento, limitándolo sólo a la descripción de características.

Sin embargo, en mayor o menor medida, tanto Ricoeur como Marshall y Erick McLuhan reconocen que la metáfora dentro de la ciencia tiene potencialidad en el plano heurístico. Es útil para llevar a cabo diversos análisis, entendiéndolos como formas de separar las partes para constituir una innovación, explorando terrenos nunca antes pisados. Dentro de las dos perspectivas, esto es lo que va creando redes metafóricas.

A esto, surge una crítica a partir de la neurociencia, la cual propone una salida metafórica a tal discusión, rompiendo con el mito de los hemisferios cerebrales, ya que se ha descubierto que ninguno de los dos hemisferios funciona por separado, sino que uno tiene mayor dominio que otro para realizar ciertas actividades, no específicas, pero ambos trabajan en conjunto (Romero, 2010; Jarrett, 2015). De tal manera que la metáfora, como figura retórica, permite la sinapsis entre neuronas partiendo de similitudes mínimas o amplias, las cuales generan asociaciones en el cerebro. Éstas, al repetirse constantemente, en la mayoría de los casos ofrecen referentes para analizar de forma consistente sus diversos sentidos y posibilidades, convirtiéndose en realidades científicas.

Esto quiere decir que se juega con el sentido literal que tienen las palabras, al mismo tiempo que se abren opciones de percepción y creatividad a partir de la experiencia para lograr ir más lejos de lo que se ve a simple vista. Esa es la capacidad que tiene la metáfora para la apertura, lo que permite descubrir elementos ocultos con anterioridad a partir de un uso no referencial, ni denotativo de los conceptos, facilitando la heurística a través del estímulo de la creatividad de aquello que se hace presente en lo cotidiano.

Una vez que sucede esto, muchas metáforas se comienzan a considerar teorías (Rorty, 1996) como parte de lo que plantea el movimiento del Giro lingüístico¹³ en la filosofía. Es por eso que su uso comienza a ser parte del lenguaje científico y pierde su calidad de metáfora, de ejemplo ordenador a partir de la realidad. Con ello se puede complejizar y brindar orden a un fenómeno a través de encontrar aristas no antes vistas, en una búsqueda por las similitudes con la metáfora que se está proponiendo.

Siguiendo a McLuhan, Postman (1969) considera que una de las metáforas que tiene estancada a la escuela como institución y que es la que nos dificulta entender

¹³ Es la corriente filosófica que se encargó de romper con la tradición en la cual se consideraba al lenguaje como la exteriorización del pensamiento. Wittgenstein es el encargado de cuestionar esta perspectiva y propone ver al lenguaje como incontables juegos. Por lo que el Giro lingüístico propuso un cambio metodológico y sustancial en el que el trabajo conceptual de la filosofía difícilmente se llevaría a cabo sin un análisis del lenguaje. Asimismo, Richard Rorty lo propone como un enfoque centrado en la filosofía del lenguaje.

los cambios en los medios de comunicación, es la maniobra de difamación del nombrar, que si bien es una tendencia humana, esta acción exclusivamente del conocimiento verbal, se encuentra vacía. Resulta así interesante que usualmente estamos buscando nombrar para contener algo y dejarlo estático, en lugar de abrirlo a la experiencia como un proceso para poder descubrir el cómo funciona —que es lo que busca Latour (2001) con la *cajanegrización*— y no sólo el cómo se llama.

La metáfora de la ecología mediática como perspectiva de conocimiento

La idea de las metáforas dentro de las ciencias sociales y de los medios de comunicación han resultado útiles. Una de ellas es la ecología mediática. Esta perspectiva tiene la finalidad de potencializar las posibilidades de la metáfora con respecto a los ecosistemas, por lo que vale la pena hacer una breve revisión de su origen. El término *ökologie* fue acuñado en 1869 por el naturalista y filósofo alemán Ernst Haeckel a partir de las palabras griegas *oikos* (casa, vivienda, hogar) y *logos* (estudio o tratado); por ello ecología significa «el estudio del hogar». Haeckel entendía por ecología la ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos con su ambiente.

Posteriormente, Eugene Odum (2006), si bien no fue el primero en utilizar el término, propuso que los ecosistemas se conforman por todos aquellos organismos, los cuales son parte de una comunidad, ya que están interrelacionados de manera inseparable e interactuando en el entorno físico, generando un flujo de energía que deriva en una estructura de alimentación de materiales entre elementos vivos y aquellos que no lo están. Odum desmonta la dicotomía humano/naturaleza y su visión antropocéntrica en donde los elementos vivos y no vivos están integrados unos con otros sin jerarquización. Con esto la definición se amplía al estudio de las características del medio como “unidad del sistema funcional con entradas y salidas, y límites que pueden ser naturales o arbitrarios” (2006, p. 18), que también incluyen el transporte de materia y energía, su transformación por las comunidades vivas, así como las que no lo están, siendo este proceso una forma de interfaz que es parte de un sistema estable.

Por lo tanto, cuando los conceptos de ecología y ecosistema se emplean en el campo de lo mediático, no resultan tan ajenos ni son sólo figuras retóricas como lo planteaba Ricoeur (2001), ya que analizan el sistema complejo que toma en cuenta la mayor parte de componentes que lo conforman y que están en un espacio. En él, los seres vivos y no vivos influyen unos a otros, con entradas y salidas de flujo de energía para seguir manteniéndolo. Esta abstracción resulta pertinente para entender lo que sucede, ya no sólo en la biología, sino en el vínculo con la tecnología, los medios y las situaciones que se generan con los humanos, percibiendo el dinamismo de ida y vuelta como ambiente, como un hábitat.

En cuanto al estudio de los medios, al parecer, el primero en utilizar la ecología y el ecosistema fue McLuhan en sus charlas a manera de ejemplos. Sin embargo, Neil Postman es quien los introdujo oficialmente en una conferencia en el *National Council of Teachers of English* en 1968 (Scolari, 2015, p. 18), definiendo a la ecología mediática como el estudio de los medios como ambientes, en el que se abarcaban de forma integral los diferentes procesos que se dan en cuanto a lo tecnológico, los sentidos, lo social y lo comunicativo.

La ecología de los medios se considera una perspectiva de la comunicación del tipo *generalista* ya que permite realizar postulados teóricos de forma expandida a la mayor parte de aquello que abarca: “los procesos de comunicación, desde las relaciones entre los medios, la historia y la economía, hasta las transformaciones perceptivas y cognitivas que sufren los sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación” (Scolari, 2015, p. 17-18); esto contrario a las teorías *especializadas* que se enfocan en determinado aspecto de la comunicación, dejando de lado otros procesos que explican un cierto fenómeno o medio. Ejemplo de ello es la teoría de la *Agenda-setting*, la cual le da específicamente sentido a las noticias y temas que se suben en la agenda mediática, su orden, relevancia, así como la manera en la que se insertan dentro de cada medio.

En contraste, la ecología mediática no aísla ningún medio, justamente en eso radica su utilidad y diferencia con respecto a otras perspectivas. Permite plantear objetos de estudio para analizarlos desde la complejidad, hace evidente su interacción con

otros medios de comunicación en periodos temporales sincrónicos o asincrónicos, en conjunto con acontecimientos sociales y su vínculo con las personas.

A partir de este enfoque, Roncallo-Dow considera que McLuhan hace una ruptura de lo que las teorías de la comunicación clásicas estaban trabajando ya que “fue un paso más allá y subrayó la poca importancia de fijarse en los ‘contenidos’ en el caso de los medios de comunicación —que es sólo una parte de su reflexión— o en aquello que las máquinas o aparatos hacen” (2014, p. 583). Esto deriva en la vigencia de las propuestas macluhanianas, ofreciendo un panorama que recurre a las herramientas de la arqueología mediática y de la historia de la tecnología. Con lo que abre un espectro de análisis que se acerca al impacto que tiene la inserción de las tecnologías de la comunicación, nuevas u obsoletas, en la humanidad y en su vinculación con los otros medios.

De tal manera que el lenguaje se incluye como tecnología de la comunicación. “Su aparición, la transición de la oralidad a la escritura, hasta llegar a nuestros días llenos de vida digital” (Scolari, 2015, p. 18), permitiéndonos esbozar algunos escenarios futuros. Es por lo que recurrir a este tipo de enfoques, invitan a interesantes reflexiones teóricas que dejan ver delgados hilos conductores a través de la aparente ruptura del modelo tradicional del *broadcasting* al del *networking*.

Entre los precursores, que comienzan a incubar la metáfora de la ecología en los medios se encuentra Havelock (1996), quien en su trabajo escribe sobre una parte de la historia de la comunicación humana. Él presenta una radiografía de la crisis que vivió la sociedad griega basada en la oralidad al transformarse en una civilización en la que se insertaba la escritura. Dicha tecnología de la comunicación generó conflictos sociales y políticos que se veían reflejados hasta los años de 1990 entre el griego oral o popular (*δημοτική*) —considerado griego moderno- y el griego escrito o culto (*καθαρεύουσα*). Como señala Havelock: “La asociación entre el oído y la vista fue singular y lo sigue siendo hasta el día de hoy” (1996, p. 168) en todas las lenguas, ya que la escritura sigue siendo considerada una tecnología de la comunicación que no todos dominan a la perfección, como se hace evidente con el analfabetismo funcional.

La importancia de la lengua escrita radica en su logro para registrar la oralidad, principalmente el conocimiento generado, el cual fácilmente se podía perder y volver efímero. Se requería de una tecnología que permitiera acumularlo, clasificarlo, así como difundirlo en el tiempo y espacio. La palabra a través de la escritura logró convertirse en algo material que tiene la potencialidad de ser guardada, compartida y analizada. De tal suerte que “la escritura ha transformado la conciencia humana” (Ong, 2006, p. 81). La hemos vuelto una parte fundamental de nosotros, de nuestros sentidos, a tal grado que “nos parece difícil considerarla una tecnología” (Ong, 2006, 84). A partir de este hecho se constituyeron prácticas sociales diferentes a las que se tenían antes del uso de la escritura, las cuales impactaron en la forma en la que el ser humano se ordena, concibe e interactúa en la vida cotidiana. Una de ellas fue la escuela.

Por su parte, Harold Innis (1950) introduce los conceptos de espacio y tiempo en la discusión tecnológica, involucrando también en sus reflexiones a los medios. Él hace evidente la importancia de las tecnologías en el flujo de la información y el conocimiento de una civilización.

Los medios que enfatizaban el tiempo eran aquellos durables en carácter, como el pergamino, la arcilla y la piedra. [...] Los medios que enfatizan el espacio tienden a ser menos duraderos y de carácter liviano, como el papiro y el papel. Estos últimos son adecuados para amplias áreas de administración y comercio” (Innis, 1950, p. 7).

Lo que invita a reflexionar con respecto al megabyte en la actualidad como un medio de espacio, más que de tiempo, ya que tiene como objetivo principal guardar la mayor cantidad de información, en el menor espacio físico posible. La información puede ser eliminada de dicho espacio asignado y ser sustituida por otra fácilmente. En el megabyte, el espacio físico-geolocalizado es tan importante que empresas como Google realizan evaluaciones de seguridad para elegir estratégicamente el lugar en el que ubicarán y establecerán sus servidores, los cuales contienen la información de millones de usuarios. Ese es el caso de Silicon Valley, en San Francisco, California.

Las dos interpretaciones de la metáfora de la ecología mediática

La metáfora de la ecología de los medios ha sido interpretada desde dos perspectivas que permiten comprender ciertos fenómenos distintos. La primera tiene que ver con los ambientes conformados por los medios y las personas, en donde las tecnologías tienen un impacto en los sujetos que las utilizan, alterando de manera continua la percepción que les rodea, sin ninguna resistencia. Esto tiene que ver con la forma en la que los medios afectan el cerebro humano, la vía en la que este órgano recibe y transmite información, sus formas de aprender, así como el entendimiento que se hace de la sociedad, de las cosas y de los eventos. De tal manera que se generan ambientes que nos rodean en la vida cotidiana, en donde los usuarios comienzan a encontrar formas ingeniosas de hacer cosas con las tecnologías. Dentro de dicha interpretación, uno de los autores más influyentes es Neil Postman (1969; 1993; 2000).

Por otro lado, está la interpretación que se le da a la metáfora de ambiente a partir de la idea de los medios como especies, la cual se acerca más a la propuesta de Innis (1950) y Logan (2007). En ella se ve a los medios como organismos y su dinámica exclusiva de recibir y procesar información para posteriormente llevarla al medio ambiente mediático.

Desde esta perspectiva, se perciben y se comparan las relaciones de los diversos medios entre sí, a manera de especies biológicas, que son las que van generando un ambiente mediático en su interacción. La premisa bajo la que se rige este enfoque es que cada medio afecta y es afectado por todos los demás. Esta interpretación puede definirse como la “dimensión intermedial de la ecología de los medios” (Scolari, 2015, p. 30). De tal manera que se vinculan los medios, los procesos de comunicación y los elementos tecnológicos en su dimensión económica, así como social, dejando al margen la parte psicológica.

Las dos interpretaciones parecen ser distintas, sin embargo, resulta interesante considerar que ambas se pueden complementar, por lo que proponer tratarlas como dos aspectos paralelos que se entrelazan tarde o temprano, aporta un enfoque más

complejo de lo que se puede hacer con esta metáfora. Recurrir a ambas perspectivas resulta útil para analizar el sentido que van adquiriendo los medios y las herramientas de la comunicación en la vida de las personas y entre las mismas tecnologías de la comunicación, como lo propone Latour (2001) con la teoría del actor-red. De esta manera se abren posibilidades de análisis de los elementos que van apareciendo dentro de los ambientes mediáticos, así como para aquellas tecnologías que llevan más tiempo en él pero que se ven afectadas por los cambios.

Un cruce de ambas perspectivas permite percibir de lo que están constituidos los medios y cómo van encontrando su lugar de manera dinámica a partir de la vida cotidiana. Se evidencia la forma en la que se fusionan como parte del cuerpo físico de los usuarios para extender sus sentidos de percepción, incluso la manera en la que se muestran ante una sociedad que hace interacciones constantes con estos medios. Así, los vínculos entre elementos vivos y no vivos son posibles gracias a que los usuarios y creadores tienen referentes mediáticos anteriores ya conocidos.

Se pueden distinguir herencias, evoluciones e inspiraciones de otros medios o herramientas comunicativas, logrando percibir lo particular y las rupturas que lograron los que van surgiendo. La finalidad de utilizar ambas perspectivas es dar explicaciones sobre su uso oportuno, eficiencia comunicativa y posible desaparición de estos medios de comunicación dentro de un ambiente complejo conformado por personas y tecnologías.

Los ambientes mediáticos permiten distinguir que “si pensamos en espacio, veremos una ecología; si pensamos en tiempo, encontraremos evolución” (Scolari, 2018, Pos. 604). Por lo tanto, la propuesta central está en abordar el espacio no como un lugar definido, sino como un hábitat que conjunta una serie de interacciones dinámicas entre sus elementos, las cuales suceden al unísono. Juntas van coexistiendo para recolectar el pasado, el presente y vislumbrar aristas del futuro.

El tiempo tiene una perspectiva acumulativa, somos resultado del pasado y de lo que va construyendo el presente, que acumula su transcurso para marcar ciertas tendencias del futuro. Así el espacio y el tiempo de un ambiente nos permiten ver

cómo “las sociedades siempre han sido moldeadas más por la naturaleza de los medios con los que se comunica que por el contenido de la comunicación” (McLuhan, 1967, p. 8). De esta manera el espacio es el ambiente en el que habitamos, interactuamos, interpretamos y damos sentido, es el lugar donde los contenidos adquieren significados. Es una interfaz que se pone en acción.

La interfaz como frontera en el ambiente mediático

Usualmente las sociedades buscan respuestas frente al cambiante ambiente tecnológico y mediático al que se van enfrentando, por lo que la tecnología del internet parece no ser la excepción. “Más que un /medio/, la World Wide Web y otros entornos en los que convergen muchas tecnologías y gramáticas de interacción son /metamedio/” (Scolari, 2018, Pos. 1387). Es por lo que la idea de interfaz resulta oportuna para analizar las herramientas de comunicación que han proliferado gracias al internet, a la *World Wide Web* (www.), a los medios conectivos, a la tecnología móvil y a las aplicaciones. De esta manera se hacen evidentes los cambios que se manifiestan a partir del uso de una u otra tecnología.

A partir de la idea de interfaz, se cae en la cuenta de que “los ambientes no son envolturas pasivas, pero más bien son procesos activos invisibles” (McLuhan, 1967, p. 68). De tal forma la interfaz permite “comprender las transformaciones que está atravesando el ecosistema mediático y el pasaje del *broadcasting* al *networking*” (Scolari, 2018, Pos. 1688) a partir de los usos que va adquiriendo el internet. Esto responde a un camino cambiante y cíclico al que se enfrenta la humanidad, así como sus sociedades, cada que surge una nueva tecnología de la comunicación.

Si se ve desde una perspectiva histórica más amplia, se pueden rastrear y entender gramáticas a partir de elementos constitutivos, diferenciando e identificando sus similitudes con otras especies mediáticas de las que se sirven, así como sus diferencias. Las nuevas especies surgen de mezclas, de reciclajes, así como de procesos, de elementos ya conocidos, que se combinan de maneras diferentes para adaptarse y sobrevivir, para generar algo nuevo. Estas especies son integradas a

la sociedad a partir de sus formas de uso en la vida cotidiana de las personas, lo que va determinando la puesta en acción de su interfaz.

La definición de interfaz propuesta por Scolari (2018), tras un recorrido tanto histórico como multidisciplinar del concepto, se refiere al “lugar donde se produce la interacción, una *zona de frontera* entre el mundo real y el virtual, o mejor, un entorno de traducción entre los usuarios, los diseñadores y los artefactos tecnológicos” (Scolari, 2018, Pos. 271). Con esta definición hay que tener especial cuidado ante lo que puede parecer una contraposición entre realidad y virtualidad, ya que lo virtual es una manera de alcanzar lo real y a su vez es parte de esa misma realidad. Bajo la argumentación de Pierre Levy, el antagonismo estaría dado por lo actual, ya que “la virtualización no es una desrealización (la transformación de una realidad en un conjunto de posibles), sino una mutación de identidad, un desplazamiento del centro de gravedad ontológico del objeto considerado [...]” (1999, p. 12).

Por su parte, José Luis Fernández (Sachman, 5 de marzo 2021) también propone una contraposición entre lo presencial y lo virtual, sin embargo, se puede estar presente también de manera virtual. Así que “cuando una persona, una colectividad, un acto, una información se virtualizan, se colocan «fuera de ahí», se desterritorializan” (Levy, 1999, p. 14), pero siguen ‘estando’ en otro espacio físico o geográfico y temporal. Esto no significa que no tengan presencia, sino que son independientes en el espacio-tiempo, y su soporte físico es distinto. Bajo esta disertación, entonces la interfaz se piensa como una frontera compleja en la que se da una *actualización*, creando e inventando “una forma a partir de una configuración dinámica de fuerzas y finalidades” (Levy, 1999, p. 11) entre la mutación de lo real y un mundo virtual, o incluso entre mundos virtuales.

En este sentido, la idea de interfaz se podría complementar con la propuesta de Richard Rorty (1996) al llevar a cabo una crítica a la división de las disciplinas del conocimiento, afirmando que son “trozos del mundo que tienen «interfaces» entre sí” (p. 69). Por lo que éstas “designan comunidades cuyos límites son tan fluidos como los intereses de sus miembros” (Rorty, 1996, p. 69). En esta afirmación Rorty no profundiza en algo que Scolari sí: que las interfaces son fronteras en las que

fluyen intereses y conocimientos, en donde sucede lo difuso porque su distintivo es la permeabilidad, enlazando aquello que permite darle orden a lo inconmensurable. Sin embargo, Rorty tiene muy claro que las interfaces no generan antagonismos, sino comunidades. Lo que nos lleva a la idea de que las interfaces, a manera de fronteras, segmentan para generar comunidades de distintas realidades y presencias, las cuales interactúan unas con otras entre sí en la virtualidad, así como en la no virtualidad.

Esta idea mantiene un vínculo con lo que plantean Marshall y Eric McLuhan como interfaz, entendida como “el intervalo de resonancia en el que ‘la acción ocurre’ en todas las estructuras, sean químicas, psíquicas, o sociales, implica el contacto” (2009, p. 293). Es la frontera, la membrana, la piel. Una interfaz es la demarcación que segmenta, pero no fragmenta, divide, pero no separa a la otra faz. Permite la comunicación de lo que la rodea con lo que contiene dentro, es decir que es porosa y permeable. Esto hace que sucedan interacciones dentro de la misma interfaz.

Es por eso que se habla de una frontera en la cual suceden cosas, se podría decir que las más interesantes. Es en donde se llevan a cabo los choques y las pugnas por lo que enlaza elementos a manera de contenido, dejando fuera todo lo que no le pertenece. Al mismo tiempo permite esa elasticidad de no estar ni afuera ni adentro, se impregna de uno y de otro, de tal forma que genera una comunicación entre ambas partes, un vínculo con su entorno.

Al igual que la metáfora de la ecología mediática, la metáfora de la interfaz propone un modelo del cambio tecnológico que se asemeja a los modelos de cambio biológico (Scolari, 2017). Para poder identificar lo que sucede con las herramientas de comunicación que suponemos nuevas y que en realidad puede que no lo sean del todo, la interfaz permite identificar aquellos elementos que nos posibilitan la interpretación y creación de un determinado contenido con formas más familiares.

Esto deriva en la minimización de la sensación de extrañeza o ajenidad en el entorno del usuario. De tal suerte, Scolari (2017) considera que es necesario repensar la interfaz más allá del ámbito de la tecnología digital y llevarla al aspecto

de las instituciones. Lo que abre posibilidades para los estudios de la gestión de la creatividad y la política, así como de investigaciones sociales y antropológicas sobre los cambios estructurales que se dieron a partir del COVID-19. Sin embargo, el presente trabajo sólo rescata la perspectiva mediática de esta propuesta.

En este punto es importante diferenciar entre lugar y espacio. Ya que “un lugar es el orden (cualquiera que sea) según el cual los elementos se distribuyen en relaciones de coexistencia [...]”. El espacio es un cruzamiento de movilidades. Está de alguna manera animado por el conjunto de movimientos que ahí se despliegan” (De Certeau, 2010a, p. 129). Es un espacio donde suceden procesos, intercambios y dinamismo, por lo tanto, no puede estar vacío. Éste se crea, ya que “el espacio es un lugar practicado” (De Certeau, 2010a, p. 129). De ahí que la interfaz se refiera más a una frontera que genera un espacio y no a un límite que resguarda un lugar. Éste último separa a partir de su posición en el contexto, a manera de secuencia simbólica que fragmenta.

La interfaz es esa zona que no se percibe fácilmente como espacio, pero que contiene y se crea a partir de que en él sucedan tensiones. Un ejemplo de ello es una escuela: por una parte se encuentra conformada por un método de enseñanza, currículo, profesores y alumnos que interactúan de determinada manera en un espacio, el cual está contenido por la frontera que vincula el afuera con el adentro, soporta la tensión de lo que se hace y no se hace a partir del nombre de dicha institución. Al mismo tiempo, está la construcción como lugar, con una ubicación geográfica determinada se divide del resto de la ciudad a partir de sus límites conformados por las bardas que la aíslan de la calle.

Como se muestra en el ejemplo, la frontera es en donde se da una lucha constante de lo que debe de suceder adentro y lo que queda fuera. Es la que construye el espacio, le da sentido al lugar y a los límites, al tiempo que une y separa a la institución de todo lo demás. La frontera o interfaz es ese pequeño, importante y casi imperceptible espacio que no está ni en el exterior ni en el interior, pero permite interacciones establecidas y particulares.

Esto mismo sucede con la piel, a partir de la anatomía. Dicho órgano es un espacio de frontera en donde suceden múltiples interacciones. Es la que une, contiene y da forma al conjunto de vísceras, músculos y huesos. Otorga unidad e individualidad, generando la tensión entre el afuera y el adentro. Deja claro lo que pertenece y no a nosotros, permitiéndonos a partir de esta delimitación, interactuar con el exterior y actuar en consecuencia como unidades dentro de un contexto determinado ocupando un espacio.

La piel es esa frontera en donde suceden las interacciones, mientras que sujeta otras que se dan entre los órganos. Es nuestra interfaz o frontera primaria. Nos impregna de un lado y de otro, generando interacciones de doble vía con diversas dimensiones.

En la noche de su ilimitación, los cuerpos sólo se distinguen allí donde los “toques” de su lucha amorosa o guerrera se inscriben sobre ellos. Paradoja de la frontera: creados por los contactos, los puntos de diferenciación entre dos cuerpos son también puntos en común. La unión y la desunión son indisociables. De los cuerpos en contacto, ¿cuál de ellos posee la frontera que los distingue? Ni uno ni otro. Es decir: ¿Nadie? (De Certeau, 2010a, p. 139).

Al utilizar la metáfora de la interfaz aplicada a la forma de los medios y herramientas de comunicación, como sucede con la piel, se puede evidenciar la manera en la que los medios son extensiones del cuerpo, de los sentidos, pues nos permiten ir más allá de aquella unidad que tenemos como seres.

En esa frontera suceden las interacciones que construyen y permiten entender la materialización de un medio dentro de un ambiente, ya que “interpretar una interfaz [...] implica para el usuario activar un conjunto de competencias cognitivas, recuperar experiencias previas de interacción y formular hipótesis sobre su funcionamiento” (Scolari, 2018, Pos. 414). Sin embargo, una de las funciones principales que tiene la interfaz es ser el espacio en donde se interpreta lo que se percibe, para posteriormente dar pie al área en donde se dan las interacciones. Por lo que más que hablar de “una” interfaz que se interpreta, como se afirma

anteriormente, se debería hablar de interpretar “en” la interfaz, ya que ese espacio es el que permite darle sentido a aquello que se crea o se percibe.

La interfaz se vuelve compleja desde esta perspectiva, ya que se encuentra vinculada a muchos otros elementos que interactúan. Según Kuri, “a pesar de que los acontecimientos no pueden efectuarse sino dentro de determinadas condiciones espaciales. Lo que tiene importancia social no es el espacio, sino el eslabonamiento y conexión de las partes del espacio” (2013, p. 74). Cuando se da un suceso en un espacio a partir de una conjunción, un intercambio, una tensión, un dinamismo, el espacio vacío se llena, se activa, se utiliza y hace sentido para quien es capaz de atarlo. De tal suerte que “[...] la experiencia humana es por antonomasia una experiencia espacial” (Kuri, 2013, p. 74), construyendo formas, pieles de formatos mediáticos, de herramientas comunicativas que responden a las necesidades de determinada sociedad y en algunas ocasiones dejan rastros materializados gracias a las tecnologías de la comunicación.

Al percibir a la frontera como interfaz, se desnaturaliza algo que se daba por hecho, en donde el espacio de interacción-tensión parece imperceptible ya que la característica fundamental de la interfaz busca ser el lugar donde los intercambios y movimientos se realizan de la forma más simple y natural, creando una sensación de extensión del propio cuerpo en el usuario, a tal grado que sea imperceptible todo lo que se necesita para llegar a la creación o interpretación de la materialización.

Los mecanismos que se ponen en acción difícilmente evidencian la situación de oportunidad y el conjunto de elementos que hacen que el usuario decida poner en marcha la interfaz. Por lo que la frontera de interacciones es un espacio que se construye en el momento que suceden las tracciones, es aquel esfuerzo interno al que es sometido un cuerpo cuando dos fuerzas opuestas se aplican sobre él.

Se puede cuestionar a De Certeau en cuanto a la idea de que “la frontera es como un vacío, [...] de intercambios y de encuentros. [...] Mutación de lo vacío a lo lleno, y del intervalo al lugar establecido” (2010^a, p. 139). Pues la interfaz nunca está vacía, al igual que el espacio, de ser así se estaría dando por hecho que el vacío separa. Por el contrario, sólo se establecen fronteras entre lo lleno que genera una

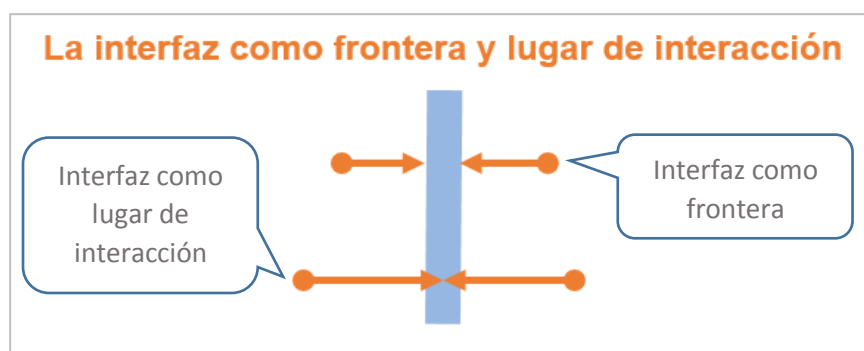
determinada interacción ordenada y contenida, así como lo lleno que está desperdigado, amorfo, con posibilidad de ser parte de una frontera que lo determine, dándole consistencia y comunión, una unión común.

Para Simmel la frontera es “el acto de llenar un espacio [...] en el momento en que [...] dos personas entran en acción recíproca, el espacio que existe entre ellas aparece lleno y animado” (1987, p. 645). Es ahí donde se da la posibilidad de coexistencia, de existir juntos en un espacio, ocupándolo. La frontera se colma de interacciones que van creando huellas que se reflejan en registros tangibles comunicativos que manifiestan un espacio interior ocupado.

Por lo tanto, la cualidad del espacio es influir de manera esencial sobre las acciones sociales y de forma recíproca ser intervenido. Dichas acciones sociales van seccionándolo para su aprovechamiento práctico. Por momentos parecen ser unidades independientes, pero no lo son del todo, pues están siempre en contacto unas con otras gracias a la permeabilidad de la frontera, de las interacciones.

La interfaz se genera con la necesidad de tener una figura espacial en donde se refleje la manera en la que las personas den sentido a lo unitario, de que varios elementos tengan un efecto perceptivo de vínculo, de lazo entre ellos. La metáfora de la ecología mediática permite construir los elementos que conforman y nombran las características de determinada tecnología, medio o herramienta de comunicación que reestructura a la sociedad y a las especies mediáticas.

Figura 20. Se muestra a la interfaz como frontera en el que suceden las interacciones, al tiempo que divide el afuera del adentro.



Fuente: Elaboración propia.

Bajo esta idea, es fundamental decir que la frontera “no es un hecho espacial con efectos sociológicos, sino un hecho sociológico con una forma espacial” (Simmel, 1987, p. 652). Al llevar esto a los medios y herramientas de comunicación en el contexto de la ecología mediática nos obliga a añadir a la interacción el factor tecnológico, que también impacta de manera social.

Así, la interfaz es una función sociotecnológica con múltiples aristas que involucran las situaciones sociales, posibilidades tecnológicas, capacidades culturales de interpretación y el ingenio. La frontera es ese punto en donde se toman decisiones. El usuario es el que se pregunta, ya muchas veces de manera automatizada o estereotipada, si el espacio que desea generar a partir de los recursos sociales y tecnológicos con los que cuenta, le permitirán interactuar de la forma en la que él lo requiere en ese momento.

Es justo en las interfaces donde sucede la vida y la conexión con la tecnología. Es esta frontera llena de dimensiones la que nos permiten crear, poner en marcha y entender, a través de un vínculo, el mundo y sus representaciones, las cuales se expresan por medio de materializaciones mediáticas. La interfaz es el proceso, es ese cruce casi imperceptible de ida y vuelta utilizado por los usuarios en sus dinámicas de creadores o receptores de contenido, quienes pueden ser una misma persona en momentos temporales distintos.

Sin embargo, estos usuarios crean e interpretan el contenido de acuerdo con un capital cultural compartido, un conocimiento en común, habilidades tecnológicas y comunidades interpretativas determinadas. En esta dinámica se deja fuera a algunos usuarios o se ataca a otros. Es por eso que “en la interfaz es posible encontrar conflicto y cooperación, tensión y colaboración” (Scolari, 2018, Pos. 549). La interfaz puede cohesionar o dividir dándose un campo de lucha en el que el ingenio y la capacidad de recurrir a elementos del ambiente mediático es el arma para construir materializaciones que representen, de alguna manera, al mundo en un ámbito virtual, logrando un cierto dominio espacial (Lefebvre, 1974) como resultado.

La materialización mediática de la interfaz

Casi todo lo que sucede en la interfaz, y que ha sido naturalizado por los usuarios dentro del ambiente mediático, se logra reflejar en su concreción, la cual se presenta frente a nuestros sentidos como una constante invitación a la interpretación. Esto se transforma en una materialización mediática que refleja a la interfaz; hace que la interfaz no sólo sea el lugar en donde se dan las interacciones, sino que también se crean, se permiten o se desaprueban a partir de los discursos; es en donde se da una pugna de poder por el dominio de lo sociotecnológico.

Nos construimos a partir de discursos, ya que nos dicen algo de nosotros mismos, así que “para ser y comprendernos, contamos” (Rincón, 2006, p. 88). De esta manera se van creando experiencias estéticas que generan culturas compartidas entre creadores y receptores. Es por eso que todas las personas comúnmente necesitan un nivel más concreto para registrar el resultado de sus interacciones, esto con la finalidad de entenderlas mejor, de construir el día a día y de recordar.

Dichas concreciones son materializaciones de la realidad social que pueden estar construidas a través de elementos que forman una composición a manera de gramáticas en los diferentes medios, estas dependen de las necesidades de expresar o interpretar. Las *materializaciones* son el resultado de una serie de acciones e interacciones que suceden en la interfaz y se ven reflejadas en algo perceptible, así como dinámico, a diferencia de las *materialidades*. Estas últimas tienen un carácter más estático, que pone al centro lo perceptible, con el riesgo de invisibilizar todas aquellas interacciones involucradas en la creación y percepción.

Algunos ejemplos de materializaciones pueden ser las fotos, cartas, películas, tablas estadísticas, publicaciones en medios conectivos, audiovisuales de Tik Tok y memes. Todos estos son relatos que las personas se cuentan unas a otras para explicar quiénes son y qué hacen. Dichas concreciones se convierten en una materialización que ofrece una imagen parcial de las interacciones que se llevan a

cabo, según sea el propósito de la gente, así como la manera con la que se convive con la tecnología.

Contienen narrativas, que nos dan información sobre los usuarios, pues “habitamos la cultura de la narración como estrategia para sobrevivir, resistir e imaginar la vida” (Rincón, 2006, p. 87), recordarla y registrarla. Son una construcción que nos habla de la tradición, de lo colectivo, permiten conectarnos con los otros, crear comunidades de sentido a través de la narración.

Las personas en su cualidad reflexiva intentan darle sentido a su vida, ubicándola en un contexto que se encuentra más allá de ellos mismos. Esto puede ser principalmente de dos maneras:

La primera es narrando el relato de su aportación a una comunidad. Esta comunidad puede ser la histórica y real en que viven, u otra real, alejada en el tiempo o el espacio, o bien una imaginaria, quizás compuesta de una docena de héroes y heroínas elegidos de la historia, de la ficción o de ambas (Rorty, 1996, p. 39).

De tal suerte que “esta herencia de explicarnos desde la experiencia narrada es celebrada en extremo por las culturas mediáticas” (Rincón, 2006, p. 92), en donde los medios son máquinas narrativas creadoras y que contienen en ellas materializaciones. Hay que recordar que la escritura es una de las primeras tecnologías de la comunicación humana, reconstruye la palabra oral, lo efímero, dándole un lugar en el espacio visual a las interacciones humanas que se ponen en acción en la interfaz del lenguaje. De manera que “los fragmentos escritos se emplean como amuletos mágicos, pero también pueden valorarse simplemente por la maravillosa permanencia que otorgan a las palabras” (Ong, 2006, p. 94).

Con la imprenta se produjo este efecto de materialización de la interfaz en una dimensión mayor, ya que el libro permitía organizar y conservar el material, convirtiéndose en “lugares psíquicos indeterminados [que] se localizaban de una manera totalmente física y visible” (Ong, 2006, p. 134). Las ideas ocupaban ahora un espacio físico, estaban representadas por algo concreto. Éstas tenían una materialización que permitía que fueran gestionadas, se podía llevar un registro y

ocupar un lugar físico. Con la escritura las ideas están presentes en el espacio, se materializan. Ya sea impresas en un papel o desplegadas en una pantalla de computadora, celular o tableta, existen, ocupan espacio, generando realidades y presencias virtuales.

Sin embargo, las materializaciones se crean en entornos que dictan lo que se puede o no hacer con ellas. Estos determinan su capacidad de expresar ideas de forma breve o extensa, así como su género, satisfaciendo las necesidades de los usuarios para expresarse e interpretarse dentro de determinada sociedad. Esto depende de los modos que tienen los usuarios de conocer y de comunicar, así como de las posibilidades tecnológicas con las que su sociedad cuenta, permitiéndoles utilizar una determinada diversidad de herramientas de comunicación, junto con las distintas experiencias que se van generando en la construcción del sentido en el día a día.

La tecnología y el conjunto de las herramientas comunicativas permiten o limitan las formas en las que la interfaz se materializa, con la finalidad de describir una determinada percepción del mundo, expresándola virtualmente. Por lo que la materialización se convierte en un registro que “establece una serie de afirmaciones de hechos, basados en evidencia aceptable para determinado público, e interpretaciones de tales hechos también aceptables para ese público” (Becker, 2015, p. 32). De forma que la materialización sea verosímil con las interacciones que suceden en la interfaz; es decir, que puede parecer verdadero y creíble.

Al final del día, los usuarios van poniendo su tiempo y energía para que pueda darse lugar el proceso de comunicación frente a una materialización. Según el tipo de creadores, de intérpretes y de información se generan situaciones que permiten descifrar, o no, la mayor parte de lo que se despliega delante de los sentidos, así como se le ponen límites, o no, a la interpretación. Es en la interfaz en donde aquello que los creadores no hacen debe ser hecho por los que interpretarán la materialización. De forma tal que todos los involucrados puedan saber lo que sucede, logrando una comunicación más o menos satisfactoria.

Las facilidades que ha generado la tecnología como los teléfonos inteligentes, el internet móvil, las aplicaciones de creación, edición de imagen y video, así como los medios conectivos, han dado pie a diferentes, más cómodos y constantes usos creativos del registro de ideas. Lo que deriva en la incesante creación de materializaciones basadas en las interacciones cotidianas de las personas. Ejemplo de esto es que, durante los años 80, para lograr hacer un registro fotográfico se tenía que disponer de una cámara análoga, en conjunto con un rollo de película de 12, 24 o 36 exposiciones, líquidos de revelado y papel fotográfico. Sin embargo, en la segunda década de los años 2000, gracias a un instrumento que cargamos constantemente, como el teléfono móvil inteligente, podemos hacer fotos que se despliegan en una pantalla, con casi un sinnúmero de exposiciones.

No hay que dejar de lado que la materialización mediática digital también ocupa un espacio real y no abstracto. En donde se puede tener acceso a la concreción de los datos del megabyte, a partir de la traducción de los medios en representaciones numéricas en un ordenador (Manovich, 2005, p. 65) o teléfono inteligente. Pueden ser transmitidos vía internet y al igual que los metros cuadrados de un espectacular o un póster; el tiempo al aire del capítulo de una serie televisiva o de un spot de radio; la cantidad de cinta en la que se filma un cortometraje o un largometraje; el megabyte también es y ocupa espacio físico.

Las tecnologías que permiten la concreción de las interfaces y sus formatos de almacenamiento son la vía que posibilita lograr la materialización. Así, las interfaces son todo aquello que pone en acción “un margen para la creación de objetos [...] esto es, aquellos que quedan fijados en el espacio o en el tiempo y que aluden a determinados referentes externos a ellos mismos” (Manovich, 2005, p. 61). Para lograr la comunicación completa, se vuelve a poner en acción la interfaz al interpretar la materialización, sin importar si son productos de la industria cultural, del *broadcasting* o del *networking*.

Si bien muchas de estas materializaciones se ven en la pantalla, resultaría importante retomar la definición que Manovich hace al respecto de ésta “como una superficie rectangular que encuadra un mundo virtual y que existe en el mundo físico

del espectador sin bloquear por completo su campo visual” (2005, p. 61). Es la que le muestra a nuestro sentido de la vista aquello que era o no un mundo sin intermediarios mediáticos, transformándolo en un mundo virtual. La piel, la frontera, la interfaz, se vuelve un lugar fundamental que conjunta interacciones que resultan en un espacio ocupado por la materia, gracias a las configuraciones sociotecnológicas.

La materialización de la interfaz desde la táctica y la estrategia

Las interfaces se conforman por otras interfaces (Scolari, 2018), lo que vuelve pertinente marcar diferencias espaciales al respecto. Si bien hay algunas que están interactuando en la frontera, en ese espacio límite y de tensión, existen otras interiores. De esta manera, se aprecian dos niveles en donde las interfaces se forman *gracias* a otras interfaces y *por* otras interfaces. Siguiendo el ejemplo basado en la anatomía, las interfaces interiores del cuerpo humano se conforman por la interacción entre el sistema respiratorio, digestivo y nervioso. A la vez, el sistema digestivo contiene al esófago, el estómago, el hígado, los intestinos, los cuales también tienen sus fronteras e interacción químicas al interior.

De manera que un medio o herramienta de comunicación está constituida por un doble espacio. Se conforma por aquellos bordes o fronteras que lo delimitan, en donde suceden las cosas que nos permiten interactuar con él y, por otro lado, está aquel espacio que lo construye y ocupa, dando lugar a su materialización. Por consiguiente, un medio o herramienta de comunicación se conforma de una parte abstracta que delimita y sucede en su frontera, así como de una parte concreta que llena y le da volumen al interior con elementos delimitados.

Sí bien Scolari no hace la diferencia entre interfaz y materialización, nos lo deja más claro con el siguiente ejemplo: “imaginen un libro en una biblioteca: si un lector no lo abre y comienza a leerlo, ese libro está muerto, es sólo un bloque de hojas de celulosa impresas” (Scolari, 2018, Pos. 610). La celulosa impresa es la materialización del medio, pero en ese momento se encuentra disociado de todo el

proceso de comunicación, de aquello que transcurre en la interfaz. En el momento en que se utiliza, la frontera, que está constituida por el género, las gramáticas mediáticas y los referentes narrativos, hacen que la interfaz se ponga en marcha, a la vez que aquellas interfaces que la conforman también se activan. De tal manera que el usuario es el que le da sentido a un medio y herramienta de comunicación.

Recordemos que el espacio se genera a partir de aquello que un grupo social llena de algún modo como una unidad, y éste a su vez sostiene la del grupo (Simmel, 1987, p. 649-650). Una interfaz se mantiene tanto por su ambiente exterior que permite ponerla en acción, como por lo que constituye su interior. Son elementos indivisibles, pero diferentes.

Por lo tanto, la frontera vuelve a cada medio y herramienta de comunicación específicos, como puede ser un meme, una nota del ciberperiodismo, una infografía, una columna, un videoclip musical de Youtube, entre otros, mientras que el relleno o contenido lo vuelve único, como sería ese meme determinado, con un contenido único e irrepetible que vincula a aquellos que lo crean y ven en comunidad; lo mismo sucede con la columna específica con fecha definida, de un columnista determinado, en un periódico fijo.

Parte importante para que sucedan las materializaciones son los procedimientos de creatividad e ingenio cotidiano de las personas, los cuales son ‘maneras de hacer’ frente a lo impuesto. A estos procedimientos mudos a los que se recurre frente a las formas en las que se organiza el orden sociopolítico, De Certeau (2010a, p. XLIV) los llama tácticas.

Siguiendo a De Certeau, la *estrategia* es el “cálculo de relaciones de fuerzas que se vuelve posible a partir del momento en que un sujeto de voluntad y de poder es susceptible de aislarse de un “ambiente” [como sucede con] [...] la racionalidad política, económica o científica” (2010a, p. XLIX). Se construyen bajo un modelo que a través del distanciamiento busca sacar la mayor ventaja.

Por otro lado, la *táctica* es “un cálculo que no puede contar con un lugar “propio”, ni por tanto con una frontera que distinga al otro como una totalidad visible” (De

Certeau, 2010a, p. L). La táctica es la alternativa que actúa de acuerdo con sus posibilidades, desde adentro, sin la capacidad de ver la totalidad ni la complejidad, por lo tanto, desde su lugar de vivencia sin mantener distancia. Esto se da porque el creador no cuenta con lo necesario para capitalizar sus ventajas, de acuerdo con las circunstancias que le son dadas. Hay que mencionar que toda la perspectiva utilizada por De Certeau para este análisis es a partir del espacio, su uso y entendimiento, así como la manera en la que se vive dentro de él.

Con las tácticas y estrategias de De Certeu (2010a) se abren posibilidades de análisis de las interfaces que permite percibir otro nivel de éstas a través de una perspectiva espacial, la cual muestra la forma de subsistir en el ambiente de acuerdo con los intereses que se van satisfaciendo, esto no quiere decir que sean inamovibles. En otras palabras, un medio o herramienta puede nacer utilizándose como una estrategia y progresivamente irse adoptando como táctica. Esto sucedió con las radios comunitarias y los podcast. También la dinámica puede darse en sentido contrario, nacer como táctica y volverse una estrategia, como sucedió con Youtube y sus videos.

Sin embargo, otra lectura que se puede hacer de las interacciones que suceden en la interfaz a partir de la táctica y la estrategia es la que hace Scolari (2018). En ella apunta que es en la interfaz en donde se ponen en acción las estrategias de los diseñadores de tecnología, frente a las tácticas de uso de las personas. Esto significa que al poner en marcha la interfaz sucede la interacción entre la tecnología utilizada para la creación y diseño de un teléfono móvil hasta la de una hoja de papel, vinculándola con la táctica de hacer un meme de los amigos cercanos o un cuento escrito en una hoja de papel en la clase de literatura de la escuela primaria.

Un elemento que se deja fuera de la interfaz como espacio de interacción entre estrategia y táctica que se genera de forma social y tecnológica constantemente, es la situación de oportunidad. En ella se decide el uso de un determinado medio de acuerdo con cierto contexto y oportunidad comunicativa que se le presenta al usuario como parte del ambiente mediático en el que habita, dando lugar a una

extensión de sus sentidos a través de tácticas o estrategias según su grado de profesionalización al respecto.

Los consumidores en De Certeau, son los usuarios de los medios y herramientas tecnológicas, que muchas de las veces modifican y determinan la ecología mediática a través de las interfaces. Le dan sentido y uso a las materializaciones, día a día, al interactuar con ellas de manera constante. En su conjunto, los usuarios son los que crean el ambiente mediático, tejiendo lo social y lo tecnológico, aquello que hace casi imperceptible su puesta en acción. “Estas ‘maneras de hacer’ constituyen las mil prácticas a través de las cuales los usuarios se reapropian del espacio organizado por los técnicos de la producción sociocultural” (De Certeau, 2010a, p. 138). Son tácticas que se dan en los pequeños quehaceres de lo cotidiano.

La interfaz es la que pone en marcha parte de las funciones de la sociabilidad humana, la cual muchas veces ha sido desdeñada por las estrategias de una creación especializada desde la profesionalización, pero que en realidad nunca se desprende de lo cotidiano. Regresa “bajo la cubierta de la ‘cultura popular’ a nuestro espacio social y cultural que jamás habían abandonado en realidad” (De Certeau, 2010b, p. 259). Esto permite ver medios y herramientas de comunicación que se van dando desde una dinámica social más espontánea que otros, es decir que su creación involucra a más cantidad de usuarios no especializados, por lo que permite mayor creatividad en su uso como parte del día a día, en el quehacer de una cantidad mayor de personas que van formando las fronteras y límites del medio o de la herramienta, su interfaz.

La espontaneidad es una característica de los videos de TikTok, los memes, las publicaciones en medios conectivos, en comparación con la profesionalización de una película de Netflix o serie de Amazon Prime. Podemos ver en tecnologías previas, como el papel y la tinta, la pintura, así como la fotografía procesos más espontáneos, aunque a lo largo de la historia no siempre fue así; a diferencia de un programa de televisión o una ópera. Muchas veces esto se asocia a la cantidad y

profesionalización de los usuarios creadores involucrados, así como del fácil acceso y uso de las tecnologías.

La profesionalización es ambiental. El amateurismo es anti ambiental. El profesionalismo fusiona al individuo dentro de patrones ambientales totales. El amateurismo persigue el desarrollo de una total conciencia del individuo y de una conciencia crítica de las reglas del juego de la sociedad. El amateur puede permitirse perder. El profesional tiende a clasificar y especializar, para aceptar sin crítica las reglas del juego del ambiente. Las reglas proporcionadas por la respuesta masiva de sus colegas sirven como ambiente dominante dentro del cual él está contento y le pasa inadvertido. El “experto” es el hombre que se queda quieto (Mcluhan, 1967, p. 93).

Siguiendo a Proust, Rincón dice que “la vida está mejor representada en la música mala que en una Missa Solemnis” (2006, p. 99). Es decir que va más allá de la estrategia para usar la tecnología. Las materializaciones también generan una ecología mediática en la que habitan diversos elementos con sus respectivas interfaces. Algunos van naciendo de forma más espontánea que otros, desde la gente que los usa y las tácticas (De Certeau, 2010a) que las personas llevan a cabo. Tiene que ver con asumir que los usuarios son activos, que influyen en cierta medida en la ecología mediática modificándola a partir de los usos que le dan a la tecnología.

Las materializaciones son relatos cotidianos que “[...] cada día, atraviesan y organizan lugares; los seleccionan y los reúnen al mismo tiempo; hacen con ellos frases e itinerarios. Son recorridos de espacios” (De Certeau, 2010a, p. 127) que ordenan el mundo que nos rodea a partir de un mundo virtual. Así, “todo relato es un relato de viaje, una práctica del espacio” (De Certeau, 2010a, p. 139) social y tecnológica. Las materializaciones “representan y construyen algunas características de la realidad física a expensas de otras; se trata de una visión del mundo entre otras de un sistema posible de categorías entre otros muchos” (Manovich, 2005, p. 60).

El uso en el día a día de la interfaz es la que despierta a las materializaciones, a la tecnología. De otra manera están en un “estado latente en espera de que alguien o algo las use” (Scolari, 2018, Pos. 609). Ese algo puede ser otra tecnología o un alguien motivado por una interfaz que logre ponerlas en acción. De esto resulta la propuesta exploratoria de identificar las dimensiones de una misma frontera, entre muchas que le dan vida a la materialización.

Según Strate “no hay mensaje con sentido hasta que un receptor extrae el significado de los estímulos recibidos” (2012, p. 72). Por lo tanto, es un elemento comunicativo dependiente, pues “el emisor y el receptor se hallan conectados mediante el medio que existe independientemente de ambos, pero el contenido no existe sin al menos uno de los tres” (2012, p. 72). Desde la ecología mediática, se desplaza al contenido del lugar central, y se pone en primer plano al proceso, a la tecnología y al usuario, es decir a la interfaz en su conjunto.

Comprender el proceso de la comunicación no como individuos enviando y recibiendo mensajes, sino como individuos que se extienden a través del tiempo y el espacio, como un proceso de conexión y comunión con el medio como agente [...] (Strate, 2012, p. 72).

La interfaz se vuelve ese punto de encuentro entre los elementos del proceso de comunicación y demás interfaces que la conforman. Permite la interacción, su materialización e interpretación. Por lo tanto, la interfaz no es una herramienta, sino que crea un entorno, ya que ésta no se utiliza, sino se vive (Scolari, 2018). Dicho entorno conecta elementos a través de un conjunto de circunstancias, ya sean factores sociales, culturales, morales, económicos, profesionales, tecnológicos; que rodean a una cosa, a una persona o colectividad, influyendo en su desarrollo. Las materializaciones parten de la vida cotidiana para convertirse en extensiones de nuestros sentidos. Es decir, son reales para los usuarios gracias a la interfaz, formando su hábitat, su ambiente, su cotidianidad, la piel dentro de la que viven.

La interfaz vínculo entre personas y tecnología en la ecología mediática

Como se ha ido desarrollando a lo largo de este capítulo, la interfaz es una especie de membrana. Es esa frontera multidimensional que nos lleva a diversas pero específicas materializaciones virtuales logradas gracias a la tecnología puesta en marcha. “La interfaz es el lugar donde los seres humanos y las máquinas nos encontramos, interactuamos y coevolucionamos” (Scolari, 2018, Pos. 1223) para ambos poder seguir manteniéndonos vivos dentro del ambiente mediático.

Como espacio de interacción dentro de la metáfora de la ecología mediática, la interfaz es una perspectiva que permite advertir muy pequeños, complejos e importantes procesos que se dan a partir de la vinculación entre las personas y la tecnología, sobre todo de la tecnología de la comunicación. Muestran la forma en la que hemos naturalizado nuestro vínculo con ella, y cómo ha repercutido en la sociedad, así como en sus maneras de relacionarse.

A partir de esto se abren dos frentes principales para explorar algunos postulados teóricos. El primero es percibir a las interfaces como fronteras en las que, por antonomasia, se dan diversas y complejas tensiones e interacciones. Así, las fronteras cumplen tres funciones principales: dividir el afuera del adentro; unir elementos que dan forma a algún medio o herramienta de comunicación; y es a través de la interfaz que se logra la interacción del interior con el exterior. Esto nos lleva al segundo frente que deriva en que las fronteras son construcciones sociales que se van dando con la acción. Por lo tanto, las interfaces se *activan*, no se usan, ni se ocupan, no se crean, ni se llenan.

La ecología mediática permite complejizar el entorno conformado por personas —actores— o tecnologías —actantes—, y que están en constante vínculo, tensión e interacción en un mismo espacio. Por lo que las dos formas de interpretar a los ambientes mediáticos —como relaciones entre tecnologías y personas, así como entre tecnologías y tecnologías—, permite desplegar los ejes e interacciones multidireccionales y multifacéticos de un medio o herramienta de comunicación.

Esta perspectiva nos muestra aquello que es inamovible de un medio o herramienta de comunicación a partir de su entorno. Con ello se pone el énfasis en las formas y no tanto en los contenidos. Es fundamental dejar en claro que las dos perspectivas de los ambientes mediáticos no son excluyentes y resultan útiles para comprender lo que va sucediendo con las tecnologías de la comunicación.

Capítulo III

Pliegues de tiempo en la interfaz: ecología mediática y sus situaciones de oportunidad

En el seno de las formas antiguas
aparecen o se esbozan nuevas formas,
pero las formas antiguas se defienden,
tienen muchos medios para defenderse.
(Lefebvre, 1974, p. 224)

Una vez que se ha descrito la ecología mediática y el papel de la interfaz en el espacio, como parte del capítulo anterior, en este se abordará el tiempo como elemento fundamental para identificar aquellas características inamovibles y dinámicas que tienen los distintos medios y herramientas de comunicación. De esta manera se hace presente la idea de los medios como extensión de los sentidos, que permiten que se confabulen situaciones de oportunidad que ponen en acción interfaces determinadas para la creación o uso de materializaciones a partir de aquello que se percibe, con el objetivo de comunicar e interpretar mensajes, así como ideas a través de las tecnologías.

Las fronteras, o interfaces, al ser parte del espacio, necesariamente tienen vínculos con el tiempo, entendido como una construcción social (Elias, 2013) que habita invariablemente la memoria colectiva. Esto determina las interacciones que se dan entre fronteras tecnológicas, con actores sociales o con otras tecnologías que existen en un mismo lapso determinado; cohabitando de tal manera que van creando un ambiente.

Los medios o herramientas de comunicación dialogan a partir de sus interfaces tanto en los niveles externos como internos, con los actores y actantes que cohabitan en el mismo tiempo. De forma que van cargando con síntesis de mundos pasados, mientras modifican su presente para establecer un panorama distinto en el futuro, a manera de pliegues. Las fronteras de interacción espacio-temporales van dejando huellas evidentes en las materializaciones, donde tiempos pasados y los espacios

compartidos, a manera de dimensiones, se hacen presentes. Lo que permite complejizar el aforismo del espejo retrovisor de McLuhan (2001).

El tiempo acumulativo como pliegues de los ambientes mediáticos

Para la ecología mediática resulta fundamental tener una perspectiva del tiempo en la que se considere pasado, presente y futuro de forma interconectada. Si no lo hace corre el riesgo de perder su perspectiva compleja, su potencialidad y riqueza. De esta forma, “el pasado es presente, somos su resumen, que nuestro presente está hecho con la materia de ese pasado, [...] por tanto es actual” (Ortega y Gasset, 2014, p. 70). Al plantear el tiempo pasado y futuro en el ahora, permite percibir un presente robusto y entretelado, por lo que el tiempo no se esfuma, no es pasado ni será futuro, siempre permanece. El tiempo se experimenta a partir de lo que se dio con anterioridad, al mismo tiempo que autoconstruye lo que todavía no es.

Desde este punto de vista complejo, se puede advertir que dos o más generaciones de actores, ya sean medios o herramientas de comunicación, tengan puestas sus existencias al mismo tiempo. Por lo que la idea de las generaciones resulta fundamental para evidenciar que no es que suceda una a otra, “sino que se solapan o empalman” (Ortega y Gasset, 2014, p. 74), se superponen. Esto es evidente en ciertas características de medios y herramientas de comunicación, que se van empalmando unas sobre otras para lograr sobrevivir en el devenir del ambiente mediático a manera de coexistencias.

En dicho traslape temporal los medios y herramientas de comunicación van proporcionando cambios constantes, evoluciones, frente al dinamismo tecnológico, mostrándonos las tácticas y estrategias con las cuales han ido sobreviviendo, mientras otros defienden su tradición. Se vuelve claro que “hay dos generaciones [o más] actuando al mismo tiempo, con plenitud de actuación, sobre los mismos temas y en torno a las mismas cosas [...] pero con distinto sentido” (Ortega y Gasset, 2014, p. 74). Unos surgen, otros se refrescan, los otros defienden sus formas y otros caen en el desuso; todo al mismo tiempo.

Esta idea de tiempo a través de las generaciones desde la perspectiva de Ortega y Gasset (2014) puede oxigenar la metáfora del espejo retrovisor que McLuhan lanzó como una sonda espacial, sin más. Las pocas explicaciones dicen que:

[...] el pasado fue de esa manera. Cuando nos enfrentamos a una situación totalmente nueva, tendemos siempre a unirnos a los objetos, al sabor del pasado más reciente. Miramos el presente a través de un espejo retrovisor. Marchamos hacia atrás en el futuro. Los suburbios viven imaginativamente en la tierra de Bonanza (McLuhan, 2001, p. 74-75).

También afirma que:

[...] la humanidad por miedo a lo desconocido, emplea tanta energía para traer cualquier novedad al pasado, pero debe ser hecho por el artista: adquirir la costumbre de enfrentar el presente como una tarea, un entorno para ser discutido en su conjunto, para ser analizado, de modo que el futuro se puede ver más claramente (McLuhan y Powers, 1995, p. 13-14).

Una interpretación que se le puede dar al espejo retrovisor, a través de este conjunto de citas, es que McLuhan desdeña el pasado, criticando el uso del espejo retrovisor para entender al presente. Sin embargo, hay que reconocer que el pasado da pistas para comprender lo que son los medios, así como aquellos que están surgiendo.

Para cambiar la perspectiva del espejo retrovisor a partir de un tiempo interconectado, se propone una visibilidad de 270° grados, al igual que se hace al conducir; es decir, no sólo ver el espejo retrovisor, que es importante, sino también ver los espejos laterales, para poder saber qué es lo que coexiste en el presente, a nuestro lado. Es claro que no se puede ver el futuro completo, pero sí una parte de éste a partir de ciertas inercias del camino, que se van dando frente a nosotros en el parabrisas.

Por lo tanto, se tiene una visibilidad que deja advertir el pasado que conforma al presente; el presente conformado de coexistencias; y el posible futuro, por inercia. Sin embargo, hay que señalar que existen 90° que son desconocidos y propios de lo impredecible del futuro, los cuales limitan la construcción de los 360° de visión completa. Desde este enfoque del tiempo, no se puede ver sólo el espejo retrovisor,

ni tampoco dejar de utilizarlo pues “nunca somos libres del pasado” (Postman, 2000, p. 16), ya que no hay nada que ver en el futuro más que cosas del pasado.

La invitación es aprender a utilizar el espejo retrovisor, ver los espejos laterales y voltear a nuestro lado por las ventanillas. No sólo hay que traer cosas del pasado de forma elusiva y simplista para entender el presente o futuro, sino se tiene que hacer un ejercicio desde una perspectiva compleja y de abstracción. Ante esto, “el principal obstáculo para una comprensión clara de los efectos de los nuevos medios son nuestro hábito profundamente arraigado de ver todos los fenómenos desde un punto fijo” (McLuhan, 1967, p. 68). Aunque podría parecer contradictoria la postura de McLuhan sobre el espejo retrovisor, no lo es, en realidad se trata de un tema de percepción del tiempo. Él, sin hacerlo explícito, parece establecer una crítica a una percepción del tiempo que está fraccionado, mientras que invita a considerar un tiempo encadenado, complejo y acumulativo.

Hay que tomar en cuenta que gran parte de la percepción del tiempo tiene que ver con lo ya sucedido; por lo tanto, con el trabajo de la mente y el recuerdo, que se ve beneficiado por las tecnologías que permiten el registro. Esto forma parte del reto de llevar a lo concreto la ecología mediática entendida como interacción entre especies. Significa tener la “capacidad de síntesis [...] de la activación y estructuración que da la experiencia o, dicho con mayor precisión, la serie de experiencias a través de generaciones” (Elias, 2013, p. 42). Por lo tanto, esa capacidad de síntesis representa pliegues, tanto en el espacio, como en el tiempo, que nos van dejando experiencia.

Norbert Elias entiende la experiencia como “un largo proceso de aprendizaje que abarca generaciones” (2013, p. 42), al que desde la aportación del presente trabajo se le pueden sumar coexistencias, que permiten el aprendizaje y consenso del uso de las tecnologías, de su género, de las gramáticas y narrativas mediáticas. La experiencia de los usuarios con los medios anteriores, que más que transmitirse de generación en generación, se acumulan y modifican a manera de evolución.

Así, se deja de lado “la concepción newtoniana según la cual el tiempo es un *continuum* unitario y uniforme sobre el universo físico” (Elias, 2013, p. 43) para

adoptar una idea de tiempo basado en la experiencia, un tiempo entretejido. Se logra gracias a “Einstein, que expone que el tiempo es una forma de relación y no [...] un flujo objetivo [...]” (Elias, 2013 p. 46). Lo que exige entender la diferencia y relación entre tiempo físico y tiempo social.

El tiempo social es el que establece síntesis *a priori*, “implica no sólo que los hombres poseen la facultad *general* de establecer vinculaciones, sino que dicha disposición los fuerza a crear nexos *específicos* y a formar conceptos tales como “tiempo”, “espacio”, “sustancia”, “ley natural”, “causalidad mecánica” y otros” (Elias, 2013, p. 43), que generan la impresión de que no hay cambios. Pero esa impresión, sólo es eso, una impresión, ya que la síntesis involucra aprendizaje social a partir del saber y el conocer del tiempo transcurrido. Por lo tanto, en la síntesis que parece inmutable, se generan pliegues temporales, así como espaciales a partir de interfaces que acumulan y vinculan, de manera casi imperceptible, largas cadenas de generaciones que transmiten el saber aprendido.

La concepción de tiempo y espacio como pliegues se relaciona con

Minkowski y Einstein de un *continuum* cuatridimensional [...] todo cambio en el espacio es un cambio en el tiempo, y todo cambio en el tiempo es un cambio en el espacio. No debemos dejarnos confundir por la suposición de que es posible sentarnos tranquilamente en el espacio, mientras transcurre el tiempo; es uno mismo quien en el proceso va envejeciendo (Elias, 2013, p. 81).

Por lo tanto, cualquier ambiente va envejeciendo y renovándose, ya que la innovación no es simplemente aditiva, sino que modifica todo su entorno. Esto tampoco quiere decir que sea sustitutivo en la mayoría de los casos, ni que lleve a la desaparición, la computadora no sustituyó a la escritura con pluma fuente; ni la televisión por Internet a través del *streaming* ha hecho desaparecer a la televisión tradicional; el correo electrónico no ha fulminado ni sustituido para ciertos casos al correo físico, ni al telégrafo. Si bien el uso de ciertas tecnologías se ha reducido, éstas siguen vivas para determinadas situaciones de oportunidad. De tal suerte que como dice Levinson (2000), los estudios de los medios y sus efectos tienen que ver con interseccionalidades históricas y sobre la historia de la tecnología.

La idea de tiempo en Postman (1969; 2000), McLuhan (2001), Ortega y Gasset (2014), al igual que la de Elias (2013), que sigue a Albert Einstein, nos permite ver cómo se conjuntan los sucesos y el aprendizaje para entretener en todas las direcciones aquello que conformó al teléfono, la radio, el fonógrafo, la computadora, la televisión -que son generaciones pasadas- en la interfaz tecnológica de la telefonía inteligente y móvil. Esto significa percibir al tiempo como proceso histórico que va más allá de una vida humana, como encadenamientos de generaciones que dan como resultado la evolución. Son pliegues que están sucediendo en un espacio y tiempo, pero que no han hecho desaparecer las tecnologías que las preceden.

Situación de oportunidad comunicativa

El uso de la tecnología permite acortar tiempos y distancias satisfaciendo exigencias físicas, pero también compensa necesidades psicológicas y emocionales de los usuarios. Esto se da dentro del ambiente mediático en circunstancias específicas de la vida diaria. Así, el contexto es la justificación para poner en marcha un instrumental que logre “establecer relaciones y permitir que se compartan mensajes” (Strate, 2012, p. 73). De forma tal que, lo que sucede al usuario es la justificación que da pie a la activación de la interfaz, teniendo lugar el proceso de comunicación.

Existe una especie de contrato que reside en la interfaz, el cual tensiona y hace viable la posibilidad de su uso o no. Al aceptar este contrato desde la ecología mediática, significa que ese medio ganó por sobre los demás para ser utilizado. Esto le permite subsistir un día más en el ambiente a partir de todas las posibilidades que ofrecen sus materializaciones. Incluso, cuando el contrato no se acepta y se cuestiona, es el momento en el que puede ser vulnerado, apelando a la creatividad para lograr el surgimiento de hibridaciones o coevoluciones de especies, de herramientas de comunicación y de materialidades mediáticas nuevas.

El contexto se vuelve fundamental en el proceso de comunicación, algo que Bronislaw Malinowski utilizó con la frase de “contexto situacional” en el suplemento

escrito dentro del libro *The Meaning of Meaning* de Ogden y Richards (1946), donde advierte que

[...] por cada declaración verbal hecha por un ser humano tiene el objetivo y la función de expresar algún pensamiento o sentimiento actual al momento y en esa situación, así como necesaria por alguna razón u otra para hacerles saber a otra persona o personas en orden, ya sea para servir en los propósitos de acción común; para establecer únicamente vínculos de comunión social; o para darle a conocer al otro sentimientos violentos o pasiones del hablante (p. 307).

Al igual que Malinowski, Erving Goffman (1959) sencillamente se refirió a 'situaciones'. Strate (2012) lo retoma para explicar, sin detenerse, en la importancia del contexto como parte de la comunicación dentro de la metáfora de que "el medio es el mensaje". De ahí deriva la relevancia de la situación dada por el contexto para el proceso de comunicación, es un detonador, una oportunidad para poner en acción a la interfaz que es determinante para elegir el uso de sus múltiples dimensiones.

Esto conlleva la toma de decisiones con respecto al uso de un medio y no de otro en determinada situación oportuna, según conviene y a partir de considerar si son tácticos o estratégicos. "Los modelos de comunicación [...] presentan el medio (o el canal) como una reflexión, sugiriendo que primero tenemos un mensaje y luego decidimos por qué medio lo enviamos" (Strate, 2012, p. 70); es decir, en qué momento se utiliza cierta forma de comunicación y su tecnología, o se elige otra según su género, extensión o acceso.

El hecho de que se "elija un medio fuera de su tendencia natural o de que no se use algún medio en absoluto, puede que me permita ejercer cierto control sobre los efectos que tiene" (Strate, 2012, p. 64) sobre los usuarios. Dejando ir situaciones de oportunidad sin comunicar y otras con una infinidad de materializaciones que matizan los eventos. Esto les puede quitar relevancia o, por el contrario, los dramatiza, dejando huellas de su existencia a través del uso de determinados medios o herramientas de comunicación. De tal suerte que moldean el mensaje que surge de una situación de oportunidad a través de la activación de una interfaz.

Usualmente, cuando queremos saber una noticia a profundidad buscamos varios elementos: que tenga como eje central el género de drama, es decir que se toque el tema en tono solemne; que tenga una mayor extensión a una nota informativa; y que utilice la estrategia. A partir de esto, comúnmente ponemos en acción la interfaz del periódico a través de algún cibermedio que tenga una versión impresa, lo cual de antemano le da una carga social de relevancia. Cuando queremos ver un evento deportivo en vivo reunidos con los amigos usualmente elegimos la televisión.

Por otro lado, la situación de oportunidad es explotada por las estrategias de las industrias culturales, que al mismo tiempo expanden y fomentan el uso de los medios más tácticos. La gente

[...] necesita constantemente jugar con los acontecimientos para hacer de ellos “ocasiones”. Sin cesar, el débil debe de sacar provecho de fuerzas que le resultan ajenas. Lo hace en momentos oportunos en que combina elementos heterogéneos, pero su síntesis intelectual tiene como forma no un discurso, sino la decisión misma, acto y manera de aprovechar la ocasión (De Certeau, 2010a, p. L).

Los usuarios, a los que De Certeau llama “débiles”, también son fuertes en sus contextos, ya que gracias a la masificación del acceso a la tecnología se han hecho más presentes. Si bien siempre lo han sido, ahora, a través de aplicar las tácticas frente a las estrategias de las industrias mediáticas y los programadores, van ganando espacios que no son fijos ni asegurados, y corren el riesgo de irse ocupando por las industrias de los poderosos. En síntesis, los medios según situación de oportunidad y la interacción con las personas, van jugando como tácticas o como estrategias. De tal forma que la comunicación se asegura de que todos los factores del ambiente mediático y de la experiencia coexistan en un estado de constante tensión como forma de interactuar a partir de las interfaces.

Los medios nos han enseñado cómo comportarnos en este ambiente mediático y las situaciones de oportunidad son determinantes para eso, pues como afirma Postman (1969), los medios nos muestran lo que podemos y no hacer con ellos. Así, se evidencian las virtudes y carencias de un medio para su uso, lo que determina su forma de interactuar con éste. Esto se puede entender más fácil a

partir de la analogía que hace Strate, pues “no se puede conducir un coche por el mar ni usar una radio para mostrar imágenes [...] así como la fotografía se utiliza para mostrar una escena que no cambia, pero no para describir una acción o evento” (2012, p. 64). A partir de esto se van estableciendo normas basadas en un mayor uso de cierto medio y herramienta de comunicación para determinada situación. Son estas virtudes, estas normas, las que reflejan la construcción social y tecnológica de lo inamovible de un medio o herramienta de comunicación, de su forma.

Usualmente, el proceso que se sigue de manera táctica es en donde primero se presenta la situación y luego se buscan los medios. Mientras, que muchas veces para la estrategia funciona al revés, primero se tiene el medio y posteriormente se genera la situación de oportunidad. Esta deconstrucción del proceso permite concentrarnos en la forma, más allá del contenido, pues como investigadores y usuarios se tiende a poner mayor atención al contenido y dejar de lado al medio, pero es éste “el que juega un papel más significativo, el que tiene un efecto mayor. Tomamos nuestros sentidos por dados y prestamos atención naturalmente sólo al contenido de nuestras percepciones” (Strate, 2012, p. 67) obviando al medio, ya que es parte del entorno cotidiano, del ambiente naturalizado, en el que el usuario está inmerso.

Al ser el contexto la justificación para activar la interfaz, hay que considerar como un elemento fundamental la forma de percibirlo. Postman afirma que “las impresiones más importantes hechas en el sistema nervioso humano vienen del carácter y estructura del ambiente dentro del cual dicho sistema nervioso funciona” (1969, p. 18). Los medios y herramientas de comunicación, al ser parte de ese ambiente, expanden las posibilidades de generar una impresión en el sistema nervioso de las personas, poniendo en acción los espacios de interacción, es decir a las interfaces.

De tal forma, las micras de segundos o minutos de decisión para utilizar un medio o herramienta suceden en la interfaz, en la frontera para crear e interpretar, que debido a “su no lugar, la táctica depende del tiempo, atenta a ‘coger al vuelo’ las

posibilidades de provecho” (De Certeau, 2010a, p. L). Es aprovechar el momento determinante para explotar su uso para darle vida a esos espacios de interacción, a esas interfaces.

Esto sucedió con la pandemia mundial del coronavirus en 2020. Las posibilidades de interacción con las que contaba la tecnología remota y el internet ya existían, además ya estaban masificadas —sin negar que sigue existiendo una brecha digital—. Pero a partir de un acontecimiento, como fue la pandemia, las tecnologías fueron explotadas al máximo, modificando muchos de los espacios de interacción humana. La situación de oportunidad permitió poner en acción a la interfaz. “La mejor y más útil tecnología del mundo no puede imponerse por sí misma a un público que no está preparado, y la razón es que no habría sitio para ella en nuestra psicología colectiva” (De Kerckhove, 1999, p. 30).

Las situaciones de oportunidad son generadas como accidentes, es decir momentos, de tiempo, lugar y modo de algún hecho o dicho. Esto hace que se vinculen usuarios, diseñadores y tecnologías para que surja la innovación como combinación creativa en la vida cotidiana, la cual va adquiriendo su propio sentido con el uso. Esto sucede porque “los actores tecnológicos y humanos establecen relaciones e interactúan en una red” (Scolari, 2018, Pos. 361). Por lo tanto, a través de una interfaz, se crean redes de actores que las ponen en acción (Latour, 2001).

Pensar en las situaciones de oportunidad nos acerca a dos perspectivas que vinculan a la psicología y la tecnología. La primera es la tecno-psicología, que se centra en el estudio de los estados psicológicos producidos por la influencia de las tecnologías. Se incluye aquello que resulta relevante como parte de las extensiones tecnológicas de las facultades físicas del cuerpo. Mientras que la psicotecnología, basada en un modelo biotecnológico de nuestros cuerpos, define aquellas tecnologías que imitan, extienden o amplían las capacidades de nuestras mentes y su percepción (De Kerckhove, 1999).

Por ejemplo, un video en Facebook sobre la situación de violencia en Siria nos permite percibir, experimentar y sentir algo que físicamente se encuentra a millas de distancia de nuestra presencia corporal. Es un material real virtual que por

conducto audiovisual de una sola dirección se vuelve “una extensión de nuestros ojos y nuestros oídos que alcanza los lugares donde las imágenes se originan” (De Kerckhove, 1999, p. 33). Podemos resaltar que no importa el tiempo en el que fue hecha la grabación, o si es en directo, las sensaciones son las mismas, la conexión de nuestro cerebro a la situación y su percepción no cambian. Es esta la capacidad que tiene la tecnología, a través del registro, que permite romper con barreras físicas de espacio y tiempo. Ahora nuestro cerebro percibe hechos, si bien fragmentados y que pueden ser manipulados fácilmente, pero sucedidos en otros espacios y tiempos.

Desde este enfoque se entiende por qué la televisión no significa una competencia directa con los libros, ya que pone en acción la interfaz a partir de rituales diferentes, como parte de una colectivización psicotecnológica (De Kerckhove, 1999). Sin embargo, los esfuerzos de los diseñadores de tecnología siguen centrados en la eliminación de las interfaces para lograr el contacto directo, “pensar en la línea principal directamente, como ocurre en la vida real” (De Kerckhove, 1999, p. 75). Esto hace que las interfaces se invisibilicen, naturalizando su existencia y haciendo difícil identificar las diferencias de una u otra situación de oportunidad.

De forma exploratoria se proponen tres diferentes situaciones de oportunidad. En primer lugar está la experiencia *directa*; esta consiste en obtener información sin intermediarios a través de nuestros sentidos, se podría decir es información en crudo. La forma de experimentar una situación de oportunidad de manera directa se asocia a una primera relación entre nuestros sentidos y el fenómeno. Es cuando no hay de por medio ninguna herramienta tecnológica que lo acerque a nuestra percepción sensorial.

La imagen y/o sonido que se percibe es de primera fuente. Se asocia con “la sensación física de estar en algún lugar específico” (De Kerckhove, 1999, p. 206). Estas experiencias, la mayoría de las veces, tienen que ver con las situaciones específicas de las personas, como el trabajo que desempeñan, la vida familiar, amorosa, económica o algún suceso poco común que perciben. Es a partir de estos

hechos que el usuario encuentra pertinente poner en acción alguna interfaz que derive en alguna materialización.

Hay que hacer notar que, antes de los medios conectivos, las materializaciones que se daban como producto de las experiencias directas eran menos frecuentes y se llevaban a cabo de manera análoga. Lo que implicaba un impacto de circulación menor al de ahora. Algunos ejemplos son las pinturas de la vida cotidiana de un pueblo o los retratos, las cartas que se enviaban a familiares o amigos. Ahora este tipo de materializaciones son las que nutren de contenido a la mayoría de los medios conectivos como Facebook o Instagram, se hacen historias y narrativas de la propia vida, ratificando la idea de que “vivir es poder contar nuestro paso por el mundo” (Rincón, 2006, p. 89). A partir de cualquier momento de oportunidad, buscamos narrar nuestra cotidianidad, ordenarla, materializarla. Intervenimos y producimos el mundo de la vida a través de relatos, siendo los medios de comunicación soportes que sirven como evidencia y memoria de lo realizado, se vuelven parte de nosotros y de nuestra vida.

Por otro lado está la situación de oportunidad *mediática* que a través de las tecnologías de la comunicación nos produce una experiencia, ya sea por medio de un libro, la televisión o Internet, sin importar si es ficción o realidad; la información se encuentra “procesada y digerida, el conocimiento abstracto de segunda mano está más a menudo generalizado y concentrado, pero en general no afecta sólo intelectualmente, careciendo del equilibrio e integridad de las experiencias de simulación” (De Kerckhove, 1999, p. 75). Son situaciones de oportunidad a partir de la virtualidad, que tienen un intermediario tecnológico. Los usuarios pueden advertir una situación de oportunidad a través de los medios de comunicación mecánicos, electrónicos o digitales, como extensión de los sentidos de percepción.

Éstos sirven para poder experimentar un evento y siguiendo a Marshall McLuhan, “el hombre en seguida se siente fascinado por cualquier extensión suya en cualquier material diferente de él” (1996, p. 63). Es así como las tecnologías de la comunicación se convierten en un *exosentido* que se percibe con el cuerpo, logrando impactar en la atención y las emociones de los usuarios. Por lo que, sin

importar el medio o la herramienta de comunicación a través del cual lleguen a nuestra percepción los acontecimientos, se transformen en situaciones de oportunidad.

Es así como se modifican las pautas de percepción, extendiéndolas y sin resistirse a ellas, a tal grado que se han vuelto parte de nosotros. El medio y sus herramientas de comunicación se han naturalizado en la vida cotidiana a tal grado que la situación de oportunidad y por lo tanto la interfaz, se vuelven imperceptibles. La importancia de las extensiones de los sentidos a través de los medios es que “constituyen un repertorio desde donde producir significación en la vida cotidiana” (Rincón, 2006, p. 103) y construir situaciones de oportunidad.

A los usuarios se les va la vida viviendo infinidad de vidas posibles a través de las experiencias que ofrecen los medios de comunicación en todas sus formas. A partir de ello van encontrando maneras de poner en acción otras interfaces, generando una red, “hasta el punto de que los medios sean considerados extensiones del cuerpo humano que se localizan entre el cuerpo humano y el entorno que nos rodea, protegiéndonos del entorno” (Strate, 2012, p. 75). Pero nunca serán sustitutivos de las situaciones de oportunidad directa, por eso no se puede dar una amputación de los sentidos, pero sí una adición, como se explica con el siguiente tipo de situación de oportunidad.

Como parte de esta investigación propongo un tercer tipo de situación de oportunidad que se caracteriza a partir de aquellas experiencias que son *mixtas*, las cuales De Kerckhove (1999) no consideró. Se basan en la saturación de los sentidos por las dos experiencias anteriores. Usualmente estas percepciones son generadas por acontecimientos que desbordan, siendo de relevancia personal y social. Se vive la experiencia de primera fuente a nivel micro, y a nivel macro por los medios, por lo que tienen impacto en la vida cotidiana de las personas, al tiempo que representan una conmoción social.

Esta tercera forma de situación de oportunidad que se da de manera mixta sucede cuando los medios, junto con la experiencia directa de percepción, marcan a cierta población. Si bien estos eventos son los menos frecuentes, usualmente son los que

hacen historia, ya que toda la atención está puesta en ellos, llenando los sentidos y sus extensiones. Afectan todo el complejo psíquico y social, pues suelen ser situaciones de crisis en la que la vida cotidiana de las personas se ve modificada.

Mantener la atención en el tema, en todo momento, afecta el ritmo o patrones de una sociedad, por lo tanto de cada usuario. Este tipo de situaciones hace que la tecnología sea cuestionada, tanto para bien, como para mal, junto con su uso en la vida cotidiana. Sucede frecuentemente en las sociedades que viven crisis, como desastres naturales, enfrentamientos políticos o incluso, momentos históricos, como son los procesos electorales.

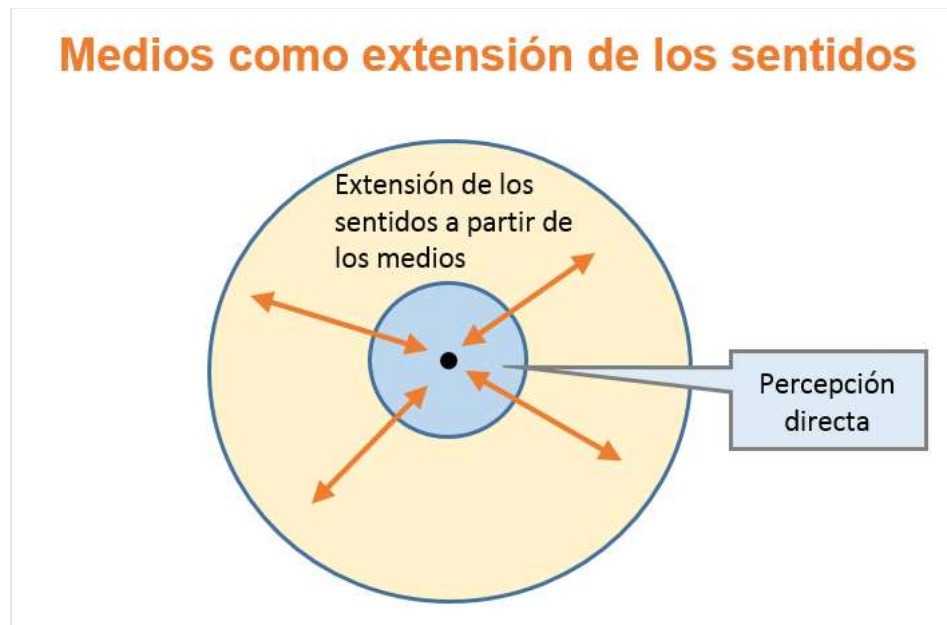
Al hacer evidentes estas tres tipologías de las situaciones de oportunidad, que no son más que los tipos de contexto que accionan el proceso de comunicación mediático, por ende la interfaz, nos damos cuenta que “hoy nuestras tecnologías son tan versátiles que nos otorgan el poder de rediseñar lo que llamamos ‘realidad’” (De Kerckhove, 1999, p. 204). Esto determina cómo queremos representarla en una materialización. Desde una perspectiva aristotélica ¿cómo es que queremos mimetizarla, imitarla?

Al proponer esta tipología, se plantea la discusión con respecto a lo que postulan McLuhan (1996) y Strate (2012), ya que afirman que el uso de la tecnología al ser extensiones del cuerpo lo amputan para poder funcionar, como lo haría cualquier prótesis, entumeciendo ciertas funciones de éste. Sin embargo, no siempre es así, pues esta afirmación tiene sus matices, ya que por momentos el usuario sigue utilizando las experiencias de su cuerpo —experiencias directas—, para poner en acción las tecnologías de la comunicación, desde el lenguaje oral y escrito, hasta los audiovisuales.

No importa qué tan enajenados estén los usuarios con otros medios como la televisión, la radio o los medios conectivos, nuestros sentidos nunca quedan amputados, se utilizan para lo más inmediato y cercano en tiempo, así como en espacio, como se muestra en la Figura 21. Las personas siguen percibiendo con sus cuerpos situaciones que les hacen accionar la tecnología, a la par que aquellas situaciones que les presentan los medios. De tal forma que las experiencias se

complementan unas con las otras, ya que acceden a situaciones de oportunidad distintas.

Figura 21. El punto negro representa al usuario, la zona azul es lo que alcanzan sus sentidos a percibir en el tiempo y espacio sin intervención de ningún medio de comunicación. Es lo que le permite accionar a las interfaces a partir de situaciones de oportunidad directa, mientras que la parte amarilla son aquellas situaciones de oportunidad extendidas en el tiempo y espacio a través de los medios de comunicación. Las flechas naranjas representan las situaciones mixtas que atraviesan de una a otra zona.



Fuente: Elaboración propia.

Las situaciones de oportunidad tienen que ver con aprovechar el momento y hacer algo comunicativo con esto. Según Jenkins, "existe una manera fácil de empaquetar la información que en las circunstancias ideales puede hacerla irresistible, lo único que debes hacer es encontrarla" (2015, p. 28). La finalidad es hacerla atractiva y oportuna, distribuyéndola de manera fácil, rápida y de forma pertinente.

La puesta en acción de la interfaz en la perspectiva de los medios como especies

Ortega y Gasset, al hablar de las generaciones, asevera que el mundo cambia con el pasar del tiempo ya que la generación anterior “ha hecho algo en el mundo, lo ha dejado más o menos distinto de como lo encontró” (2014, p. 68). Así, se van forjando a cada momento, distintos ambientes que nos permiten existir en ellos, arrastrando aquello que ha surgido en etapas anteriores, lo que implica: influencias, herencias, interacciones, divisiones, evoluciones, fusiones.

Bajo la interpretación de la metáfora de ambiente, en la cual los medios y herramientas de comunicación van interactuando unos con otros, comportándose como especies biológicas. Se deja al margen el análisis exclusivo de contenido y se estudia la manera en que los medios interactúan unos con otros (Logan, 2007 p. 4). Esto establece entre ellos relaciones de diversos tipos, como la evolución, la coevolución, las relaciones parasitarias y depredadoras en tanto formas de convivir en un mismo ambiente. Así, se resaltan solamente aquellas características del medio y de la tecnología, la cual va comportándose como si tuviera vida propia.

A pesar de que resulta peligroso afirmar que los medios simulan un organismo viviente, al utilizar esta metáfora en el sentido creativo y como herramienta exploratoria para comprender entornos, puede resultar productiva. Logan explica esto a partir de la idea de que los medios “pueden ser tratados como si fueran organismos vivientes por el hecho que se replican a ellos mismos y por la manera en la que evolucionan y compiten entre uno a otro para sobrevivir” (2007. p. 6). Buscan seguir siendo utilizados para evitar el desuso que los lleva a la extinción. Por lo que las especies con las mejores características para el contexto son las que perduran y pueden coexistir con otras.

La interfaz, como contexto espacial socialmente construido crea en el ambiente un gran dinamismo ya que el “medio como organismo recibe y procesa información para posteriormente proveerla de una salida nueva dentro del ambiente” (Logan, 2007, p. 20). Esto hace accesible la nueva información, generando una dinámica de retroalimentación como base de la ecología mediática y de la transmedia. La

interacción resulta en una simbiosis compleja, en la que las respuestas producen cambios internos que impactan de nuevo en cada uno de los medios que conforman el ambiente mediático.

Strate (2012) nos propone estudiar el medio como puerta de entrada para entender el mensaje, pues siguiendo a McLuhan, reitera que dentro del contenido de un medio vamos a encontrar a otro medio. Es así como invita a la reflexión de identificar aquello que al principio era un medio, y que posteriormente se puede convertir en una herramienta de comunicación dentro de otro medio o metamedio como lo es el internet y la www. Así, el audiovisual, la prensa, el libro, la fotografía, la radio, el teléfono y el correo, entre muchos otros, se conjuntan ya como herramientas que ordenan la información en formatos conocidos, los cuales antes y por separado eran medios *per se*. Ahora sus tecnologías son utilizadas para hacer la comunicación más efectiva dentro de un multimedia o metamedio como lo es la www.

Un medio, si bien es acumulativo, al unirse con otros cambia su estructura y su ambiente. Esto quiere decir que la suma es aritmética, y no desde un enfoque físico en donde $1+1$ no son 2 porque siempre son elementos separados, sino por el contrario, en donde 2 es un número diferente, una abstracción distinta y se emplea de diversa manera al $1+1$, cambiando toda su estructura, homogeneizándose. La idea que nos aporta esta frase de Strate es que en los medios, al igual que en el 2, no se ve la diferencia de los elementos. Esto explica por qué una interfaz está dentro de otra y está dentro de otra más, generando nuevas interfaces que al sumarse dan lugar a un nuevo ambiente. Es así como se logran percibir las fronteras de lo inamovible de un medio o herramienta de comunicación.

Usualmente, cuando surge un medio “se mejora la eficiencia de las tareas realizadas por los medios más antiguos” (Strate, 2012, p. 69). El correo se volvió casi instantáneo con el internet; el telégrafo con la tecnología móvil ya no tiene límites y es omnipresente, yendo a cualquier parte a donde el usuario vaya; al igual el teléfono. Esto pone en jaque la idea de extinción y le da potencial al de evolución y coexistencia.

En el presente capítulo se desarrolló la necesidad de abordar los pliegues de tiempo que se dan en los medios o herramientas de comunicación, para así poder vislumbrar aquellos medios de los que están conformados. Asimismo, la forma en la que la ecología mediática toma en cuenta las interacciones entre los medios con las personas a partir de extender su percepción lo que deriva en situaciones de oportunidad que ponen en acción una interfaz como parte de su vida cotidiana.

Las situaciones de oportunidad se relacionan con la manera en la que suceden las cosas, y a través de la cual la gente se va dando cuenta de ellas, de su existencia, que puede ser de manera *directa*, *mediática* y *mixta*. El incluir en la idea de interfaz a la situación de oportunidad sirve para entender cómo y qué es lo que incita a ponerla en marcha.

Hablar de espacio con la interfaz lleva de forma inseparable a trabajar el tiempo. Un tiempo rico, no escueto y siempre presente, en el que coexisten muchos elementos que interactúan en paralelo. Esto permite apreciar los pliegues, las herencias y diferencias de los medios para establecer comparaciones y así poder descifrar lo esencial, la forma, la frontera, lo inamovible de los medios que van arrastrando elementos, así como agregando nuevos como parte del uso y acceso de las personas a la tecnología en la vida cotidiana.

La propuesta busca una ruta para lograr la construcción y análisis de objetos de estudio dinámicos, como lo es el meme. Por lo que resulta enriquecedor echar mano de ambas interpretaciones del ambiente mediático para entender el panorama de forma más compleja y abarcadora, tomando en cuenta actores sociales, así como tecnológicos. Esto permite partir desde aquello que se va produciendo en las fronteras y en los rastros temporales.

Es por esto que el pensamiento de McLuhan y la Escuela de Toronto ayudan a construir postulados y estrategias para analizar a los medios, así como a las herramientas de comunicación que van surgiendo, insertados en un contexto y no de manera aislada. Permiten analizar los vínculos sociales e históricos de la tecnología para centrarse en las formas. En los subsecuentes capítulos se busca

poner a prueba los postulados teóricos derivados de la idea de interfaz como pliegues del espacio y del tiempo en el ambiente mediático.

Capítulo IV

El meme: categorías de análisis desde la interfaz

Hay una disposición a usar el lenguaje de los
ancestros para adorar los cadáveres
de sus metáforas.
(Rorty, 1996, p. 21)

De manera exploratoria en este capítulo se pretende que la metáfora de la interfaz, como parte de la ecología mediática, sea más útil y eficiente de forma práctica para llevar a cabo un análisis. Por lo que se desarrolla una propuesta para deconstruir casi cualquier materialización mediática, a través de encontrar el reflejo de los pliegues en el espacio y tiempo desde tres dimensiones iniciales que se pueden encontrar dentro de la interfaz. Éstas se basan en su interacción espacio-temporal con otros medios y herramientas de comunicación, como es el género, la gramática mediática y las narrativas.

Las dimensiones se encuentran asentadas en la interpretación que percibe a los medios como especies dentro de un ecosistema. Sin duda deben existir más de estas dimensiones, pero el presente trabajo por su carácter exploratorio, sólo se centrará en estas tres para cumplir con los objetivos planteados en torno al objeto de estudio, que es identificar la forma de la interfaz del meme, así como aquellos elementos específicos y presentes exclusivamente en ella.

Dimensiones de la interfaz

La ecología mediática, como hasta ahora hemos visto, se ha vuelto pertinente frente a lo que llamamos innovación, que no es más que “[...] una recombinação creativa de actores humanos y tecnológicos” (Scolari, 2018, Pos. 1780). De cara a la innovación, la gente busca formas para poder definirla y definirse según el uso que

le va dando en la vida, “si la interfaz es una red de actores tecnológicos y humanos [así como de circunstancias sociales], y las interfaces conforman a su vez redes de interfaces [...], una posibilidad es pensar estas relaciones a partir de diferentes niveles de escala” (Scolari, 2018, Pos. 736). Pero más que ‘niveles de escala’, yo diría que son dimensiones que se ponen en acción en paralelo dentro de la misma frontera de la interfaz, lo que aumenta la complejidad de un sistema.

Es así como las interfaces se vuelven un complejo entramado dimensional que recurre a una serie de elementos. Por lo tanto, las interfaces al ser multidimensionales dan lugar a “series de prácticas por las cuales uno se apropia del espacio [...]” (De Certeau, 2010a, p. 138).

De Certeau llama *regiones*, a las dimensiones que se dan en un espacio, entendidas como “un encuentro entre programas de acción” (2010a, p. 138). Por lo tanto, la región es el espacio creado por una interacción, pero en ese mismo lugar hay tantas regiones como interacciones o encuentros posibles. A partir de sus dimensiones o regiones se van construyendo las características específicas de cada espacio.

Cada dimensión o región genera una tensión y un movimiento que se reflejan en la materialización mediática. Algunas de las dimensiones que constantemente están en tensión y disputa en estas fronteras, en estos espacios de interacción son: el género, la gramática y las narrativas. Si bien, seguramente, existen otras dimensiones y sería interesante abrir el campo para encontrarlas, así como añadir otras posibilidades más, en este trabajo se retoman solamente estas tres, ya que permiten diferenciar y a la vez, vincular al meme con otras herramientas comunicativas.

Si bien estas dimensiones ya han sido trabajadas en la disciplina de la comunicación por separado, en conjunto buscan dar un contenido ordenado a algunas interacciones que suceden en la interfaz. McLuhan afirma que “el método de nuestro tiempo es no utilizar sólo un modelo de exploración, sino múltiples” (McLuhan, 1967, p. 69). Esto abre las posibilidades, ya que gran parte de las materializaciones hoy en día son multimodales. El orden en el que se presenta y profundiza cada dimensión propuesta a continuación, es aleatorio, ya que hay que recordar que

éstas se hacen presentes de manera simultánea en la interfaz, sin orden jerárquico específico.

Género como dimensión de la interfaz

El género es la forma que va adquiriendo el contenido; es decir, cómo se va moldeando el relato de acuerdo con el medio o herramienta de comunicación. Es la “imitación de una acción completa [...]” (Cerezo, 1995, p.35) en la que se posee un principio, un nudo y un final. De tal forma que se crea una concepción cósmica, una armonía que debe guardar la obra —la materialización— a partir de la imitación (Aristóteles, 1974). Por lo que se propicia un clima artificial de las acciones imitadas, entrelazadas en cierta trama.

El género se vuelve una serie de reglas, que tanto autores como usuarios comparten con la finalidad de otorgar herramientas y pautas para mostrar un camino de interpretación, ayudando a crear expectativas y formas de lectura. Los espectadores se adecúan “en sus reacciones afectivas, a ese ambiente de artificiosidad [...]. Los afectos del espectador tienen que tomar un tono o temple en cierto modo también artificial, como efecto frente a una causa” (Cerezo, 1995, p.38). De esta manera los géneros se vuelven matrices culturales, tradicionales, así como populares, y algunas veces universales, que permiten la interpretación y comprensión de las historias contadas.

Por lo tanto, el género obedece a una codificación que no es la lengua, sino aquella que se encarga de regular la puesta en práctica cultural y moral de un medio o herramienta de comunicación. Al regular la praxis del texto a través de los códigos y reglas de la forma, el género se centra en el medio, no en el contenido, ya que el género va más allá que la simple suma de frases o imágenes.

Sin embargo, existen polisemias en torno al concepto de género. Al respecto Rincón considera que

Unos se refieren a los géneros mediante el dispositivo de la comunicación (discursivos, epistolares, literarios, musicales, dramáticos, radiofónicos,

cinematográficos, televisivos), mientras que otros hacen referencia al cine y determinan que son los estilos mediante los cuales se cuentan las historias (por ejemplo, el *western*, el policiaco, la ciencia-ficción, la comedia ...); unos más creen que son los diversos tonos del relato (como el melodrama, la tragedia, la comedia, la épica ...); otros afirman que son los formatos (la telenovela, la programa de concursos, el *talk show*, el *reality*); los minimalistas, finalmente, terminan distinguiendo sólo entre ficción y realidad. (Rincón, 2006, p. 104)

Una vez reconociendo la existencia de dichas polisemias en torno al género, se puede establecer que, en el contexto de la ecología mediática y la interfaz, utilizadas para descifrar las formas y en donde el contenido tiene una menor relevancia. El género lo entenderemos como *el modelo que expresa un tono, un clima, una forma de construir la historia a partir de convenciones compartidas entre creadores y usuarios*. Por lo tanto, el género sirve para entender la manera en la que se tiene que hacer y leer una materialización, accionando así a la interfaz.

Se tiene registro que los géneros estéticos fueron analizados en un principio por Aristóteles (Cerezo, 1995) como parte de su texto titulado *Poética* (1963), en el que contrasta la comedia y la tragedia. Sin embargo, en dicho trabajo él no advierte la diferencia entre los elementos constitutivos, es decir las gramáticas, y el clima de una trama. En el razonamiento de Aristóteles (1974) estos dos elementos son parte de lo mismo. Para él la creación de lo artificioso, de la mimesis —la materialización—, es en donde está la clave del género. Éste se hace evidente en “la trama [que] es la combinación de los hechos y los caracteres” (Cerezo, 1995, p. 40) las cuales se van entrelazando en un determinado clima.

A través de las estructuras dramáticas de una trama se narran maneras de pensar, comprender y explicar el entorno. Son historias que tienen un motivo detrás, metas específicas y resultan importantes para el narrador poder contarlas. El ser humano y las sociedades se convierten en el relato que cuentan. Para lograrlo se echa mano de diversas formas de entrelazar los elementos.

La manera en la que se cree que debe ser narrado algo está matizado, en muchas ocasiones, por la cultura y la moral. El género, desde esta perspectiva se vuelve “un modelo para organizar [...] la industria y los rituales de producción; unos modos de encuentro con las lógicas culturales de cada sociedad” (Rincón, 2006, p. 105) frente a las tecnologías de la comunicación y su manera de imitar la realidad.

Hay que apuntar que no existen los géneros puros ni estrictos, sólo sirven para dar pistas a los usuarios de la tecnología de cómo crear, interpretar y saber disfrutar una materialización comunicativa; es decir, poner en acción a la interfaz, ya sea a niveles masivos o del *networking*. Es común que la necesidad y hábito de narrar que tiene una sociedad traiga consigo creatividad, lo que puede derivar en un cierto grado de ambigüedad con respecto al uso de los géneros que ya son familiares.

La flexibilidad y las mezclas son las que llegan a derivar en la evolución de especies o en su coevolución de acuerdo con las necesidades sociales y posibilidades tecnológicas que van moldeándose en la vida cotidiana. Un ejemplo poco exitoso de esto se vio con la telenovela mexicana titulada *No tengo madre* (1997), protagonizada por Eugenio Derbez y Natalia Esperón. La gran diferencia de este trabajo con el resto de las telenovelas del Grupo Televisa fue el género, ya que predominaba la comedia. El público, acostumbrado a ver dramas o melodramas como género en el formato de la telenovela, no supo cómo leer dicha materialización, por lo que le resultaba desgastante a la audiencia poner en acción la interfaz. Consecuentemente, *No tengo madre* salió del aire rápidamente. Este caso nos muestra como ciertas coevoluciones no se pueden dar tan fácilmente, ya que no satisfacen las necesidades de la vida cotidiana de su público o usuarios.

El género puede cambiar el sentido de un mismo contenido, lo cual llega a ser problemático, ya que existe la posibilidad de herir la susceptibilidad de determinada comunidad al hacer mofa de ciertos temas o, por el contrario, dramatizar otros que no son tan relevantes, poniéndolos como prioritarios y causando indignación con ello.

En resumen, un aspecto básico del acto de comunicar a través de los medios tecnológicos radica en buscar la forma de contar un contenido, forma que es dada en gran medida por el género. De ahí se desprende su importancia como dimensión dentro de la interfaz que sirve para organizar las ideas de creadores e interpretantes de alguna de las siguientes maneras posibles:

- *Épico*, que el protagonista tiene todo su potencial narrativo en su fuerza física.
- *Trágico*, que para restaurar el orden inicial debe vencer a su conciencia.
- *Cómico*, que aparece cuando se narran las historias del absurdo, la ironía o la imperfección humana.
- *Dramático*, que es capaz de alcanzar su meta ejerciendo su libertad a partir de sus atributos, su competencia, su lucha, su saber, o su sabiduría.
- *Melodramático*, pasivo, que espera que otros resuelvan su problema y alcanzar el éxito sin hacer nada, pues todo se decide por el destino.
- *Suspense*, cuando intenta restaurar el orden a partir de la justicia o el hallazgo de la verdad.
- *Superheróico*, el personaje del deseo ya que tiene características sobre humanas.
- *Antiheróico* o el que no tiene nada de especial: es cotidiano y desde ahí transforma su vida y la de su comunidad. (Rincón, 2006)

Si bien esta lista considera a los géneros principales, no muestra todos los existentes que surgen de las mezclas, resultado de la creatividad artística como la tragicomedia entre muchos otros.

El género tiene una parte técnica al establecer los modelos para el acto de narrar, y otra económica que permite forjar una industria en torno a la estandarización de la lectura (Rincón, 2006, p. 106-107). De tal suerte que el género se extiende a las emociones, no sólo a los sentidos, derivando en una conexión que contribuye a la extensión de la percepción. De manera que, siguiendo a McLuhan (1996), cuando se da la apropiación del medio, éste se puede leer de forma inmediata sin tener que reflexionar mucho, para lo cual el género ayuda en el proceso.

El género se llega a poner en duda en situaciones en las cuales no corresponde con lo que esperábamos de cierto medio o herramienta de comunicación. Esto sucede con un mal chiste que no nos hace reír, o con una película de terror que genera risa con la muerte del protagonista. Es con esas fallas narrativas y mediáticas cuando se evidencia el género, así como una mala interacción de éste con las otras dimensiones de la interfaz.

Gramática mediática

El análisis de los géneros discursivos a partir de Mijaíl Bajtín en su texto titulado *El Problema de los géneros discursivos* podría asemejarse en algo a la gramática mediática; sin embargo, pone en el centro de su estudio a las esferas del uso de la lengua y la manera en que éstas, a partir de “tipos relativamente estables de enunciados” (2008, p. 245), se van dando. De tal forma que los géneros discursivos tienen contenido temático del diálogo, lo que quiere decir, un vínculo con el hacer. Es la acción que realiza el diálogo de forma convencional y bajo la rutina en un contexto específico, con interlocutores específicos. Lo que los lleva a su segunda característica que es la composición, un orden y secuencia derivada de la experiencia, y el estilo.

Si bien pareciera pertinente esta perspectiva, se centra en el uso de la lengua, dejando de lado a los medios, así como a las herramientas de comunicación, sus herencias y evoluciones, las cuales de alguna manera van dejando huellas de lectura tecnológica generadas por el tiempo, a partir de su uso. Es por eso que resulta pertinente hablar más de gramáticas que de géneros discursivos dentro de la ecología mediática.

Por otro lado, Manovich (2005), designa a las gramáticas mediáticas como *lenguajes*. Sin embargo, utilizar dicho concepto para llevar a cabo un análisis de medios o herramientas de comunicación como parte de la perspectiva de la ecología mediática puede resultar poco concreto y corre el riesgo de regresar el análisis a los niveles abstractos. Es por eso que llamarla gramática mediática permite una mayor

especificidad en el contexto de los ambientes mediáticos, las interfaces, sus dimensiones y materializaciones. Asimismo, representa una mayor pertinencia en el contexto de Internet, como metamedio y permite marcar una diferencia frente a la carga cultural del contenido, sin negar que las gramáticas, tarde o temprano, se van insertando en la cultura.

Las gramáticas se construyen de elementos constitutivos, y son parte de una perspectiva muy clara de cómo el ambiente mediático funciona a manera de interacción entre especies que buscan sobrevivir. Las gramáticas generan y mantienen determinado ambiente, haciendo que ciertas especies sigan vivas dentro de otras, que evolucionen, que algunas sean parasitarias de las ya existentes y otras tantas se utilicen en menor medida o incluso queden en el olvido.

Las gramáticas reflejan una perspectiva del tiempo acumulativo y complejo. Muestran los pliegues que se dan en los medios más recientes, como huellas que va cargando el ser humano en su forma de crearlos y leerlos. Al hablar de gramática se hace referencia a esas convenciones que ya han sido establecidas por los medios, o aquellas que están surgiendo y que forman patrones de diseño recurrentes.

Un ejemplo es el teclado QWERTY que se sigue utilizando de forma digital, pero su origen se dio en la máquina de escribir, siendo reutilizado en el teclado de la computadora y en el teléfono inteligente. De tal manera que “el diálogo entre interfaces no discrimina ningún tipo de dispositivo, gesto o secuencia de acciones” (Scolari, 2018, Pos. 620). Se conoce el orden de la tecnología y se sabe leer gracias al contacto previo que se ha tenido con otros medios.

Para utilizarlo no es necesario saber de dónde provienen sus elementos constitutivos, con el hecho de que se conozca la habilidad necesaria para el funcionamiento del teclado QWERTY, es suficiente. Dicha habilidad se basa en saber que son teclas acomodadas de cierta manera que hay que presionar para escribir. Es así como se pone en marcha la dimensión gramatical de la interfaz.

Para que sea elegido el uso de cierta gramática dentro de una interfaz, los interlocutores deben conocer y compartir el mismo código de ordenamiento de las cosas. La gramática nos permite saber la forma de interpretar el orden y las conjugaciones de una materialización, ya sea un meme, una publicación, una serie, una película, según su estructura, así “el éxito del intercambio no sólo depende de la calidad de la interfaz (por ejemplo, de las *affordances*), sino también de las competencias interpretativas de los participantes” (Scolari, 2018, Pos. 247). De tal suerte que se sabe cómo comprender lo que se produce y lo que se interpreta a partir de competencias ya adquiridas de otras especies mediáticas.

Las competencias de los usuarios van evolucionando en conjunto con el medio y la misma interfaz dentro del ambiente. Así, “el contenido de una interfaz es siempre otra interfaz [...]. Cuando abrimos una interfaz siempre encontramos más interfaces” (Scolari, 2018, Pos. 727). Es decir, en el cine encontramos parte de los elementos constitutivos del teatro, de la fotografía, incluso de la pintura. En la televisión podemos identificar el orden y ciertas formas del cine, de la radio y también del teatro, entre muchos otros.

Asimismo, las gramáticas desde la perspectiva de la ecología de los medios también están construyendo las gramáticas que formarán parte del futuro, de forma acumulativa. En esta dimensión se consideran “las tradiciones artísticas y mediáticas: sus lenguajes visuales y estrategias para organizar la información y estructurar la experiencia del espectador” (Manovich, 2005, p. 57) para que los usuarios entiendan la forma y disposición de los elementos que constituye la materialización y así lograr la lectura de ésta.

Al hablar de medios que recurren a la imagen, estos elementos constitutivos retoman la cultura visual que tiene que ver con

...la organización interna, la iconografía e iconología y la experiencia del espectador de los diversos escenarios visuales de nuestra cultura, como son la publicidad y la moda, los supermercados y los objetos de las bellas artes, los programas de televisión y los banners o pancartas publicitarias [...] (Manovich, 2005, p. 57).

La gramática mediática puede parecer un sinónimo del concepto de cultura visual, sin embargo, en la búsqueda de una vía por la concreción, uso y análisis de la puesta en acción de la interfaz dentro del ecosistema mediático, resulta riesgoso su uso, ya que el concepto se eleva de nuevo a lo abstracto y no permite abarcar a aquello que no se materializa como imagen y también hace uso de la interfaz. En cambio, cuando hablamos de la gramática, no sólo lo podemos percibir en lo visual, también en lo acústico como las radionovelas, la industria musical en plataformas, la radio, los podcast, la radio por internet, los audiolibros.

La gramática se hace evidente con el nacimiento y adaptación al entorno de un medio y herramienta de comunicación naciente. La primera reacción es ir tomando formas, estructuras y ordenamientos de medios preexistentes, llevándolos al medio que surge para explorar sus posibilidades, algo que Bolter y Grusin (2011) denominan *remediación*. Esto se da cuando la representación de un medio está en otro medio. Sin embargo, estos dos autores no tamizan la diferencia entre los niveles de remediación, ni el ir y venir de los contenidos y las representaciones. A lo que Logan y Scolari (2014) ofrecen categorías a partir de la evolución de los medios y sus mezclas, afirmando que en un inicio la gramática de un nuevo medio se hace casi sin traducción, recurriendo a lo que ya se conoce e intentándolo implementar directamente en el medio de nueva aparición.

Posteriormente, “en una segunda fase, los contenidos se adaptan al nuevo medio. Finalmente, el antes «nuevo medio» se vuelve más estable y genera su propia gramática” (Logan y Scolari, 2014, p. 75). Éste, al consolidarse a través del uso de la gente, va adquiriendo un sentido dentro de la rutina de los usuarios más claro, en conjunto con sus elementos constitutivos, los cuales fortalecen las potencialidades de dicho medio. La estructura que le va dando sentido al medio y a su gramática a partir de la vida cotidiana se va haciendo más familiar y común para los usuarios. Esto sucede aun cuando haya un margen de acción creativo permitido, pero ya establecido en el medio. A partir de esto podemos decir que ya ha dejado de ser nuevo.

Es así como se distinguen tres tipos de gramáticas (Logan y Scolari, 2014):

- 1) Las **específicas**: son aquellos elementos constitutivos ordenados de tal manera que se considera que son parte de lo que identifica a ese medio o herramienta de comunicación. Estas gramáticas fueron creadas para ese medio en específico.
- 2) Las **adaptadas**: provienen de otros medios y se han ajustado a un nuevo medio. Usualmente este tipo de gramática es la que utiliza la hibridación, la evolución y la coevolución a través de la mezcla para adaptarse o sacar el mejor provecho de otro medio a través de las contaminaciones.
- 3) Las **importadas**: Llegan de forma directa a un medio sin adaptación alguna. Este tipo de gramáticas facilitan el análisis, de forma paralela entre medios anteriores frente a aquellos más recientes. Permiten entender de forma directa el vínculo con otros medios a través de la copia fiel. Aquello generado en el pasado se encuentra, desde la perspectiva de la ecología mediática.

Parte de las herencias y rupturas de un medio o herramienta de comunicación de reciente surgimiento puede hacerse evidente a través del rastreo de las gramáticas mediáticas. Por medio de la comparación y búsqueda de similitudes se hacen perceptibles las huellas de los elementos constitutivos y el orden en el que se colocan. Así el objetivo principal de las gramáticas, entendidas como organización de los elementos del mensaje, es permitir al usuario interpretar la materialización haciendo uso de sus habilidades mediáticas adquiridas o a través de aprender nuevas. Por lo que las gramáticas mediáticas se ponen en acción cuando se activa la interfaz, considerándose una dimensión de ésta, lo que genera tensión dentro del ambiente mediático.

Referentes narrativos mediáticos, transmedia y originales

La función que tiene la dimensión de las narrativas mediáticas, transmediáticas y originales se basa en retomar o crear una referencia que funciona de puente para dar sentido a una determinada narrativa. Se ha elegido parte de la perspectiva de Scolari (2013) ya que se vincula directamente con la metáfora de la ecología

mediática desde la interpretación de los medios como especies, a diferencia de aquella que propone Julia Kristeva (1997) desde la intertextualidad. Esta última le otorga una gran preponderancia al creador de la obra, a la cultura y al sentido, lo que centra la atención en el contenido, así como en la interpretación que éste adquiere en un contexto a partir de la translingüística. Kristeva (1997), desde su enfoque, no considera la forma en que los referentes narrativos son utilizados o no dentro de un ambiente mediático a manera de red, para que un medio o herramienta de comunicación cumpla su objetivo de transmitir un mensaje a partir de su forma, es decir poner en acción su interfaz.

Otra postura al respecto de las narrativas es la de intertextualidad de Gerard Genette (1989), entendida como la presencia a nivel parcial de un texto o fragmento textual, en otro posterior y más amplio, que lo acoge e integra de un modo más o menos literal y explícito. Este enfoque se vincula con la hipertextualidad que es la relación global de un texto con otro u otros anteriores, es decir cuando el intertexto satura al texto derivado del primero, también llamado hipotexto. Esta perspectiva también resulta poco pertinente dentro de la ecología mediática, ya que difícilmente se puede determinar en un medio o herramienta de comunicación, desviando la atención con respecto a la interacción entre especies mediáticas.

Para esta dimensión se han advertido diversos tipos de referentes narrativos que permiten advertir el flujo de interacciones o la carencia de ellas entre los medios. Por lo que se insiste en el interés por resaltar y percibir el flujo que hay entre los medios con respecto al intercambio de referentes. Ejemplo de ello son los clips audiovisuales de 30 segundos de la aplicación Tik Tok en la que se utilizan referentes de la televisión, cine o videoclip musical de forma auditiva para añadirle imágenes en movimiento nuevas y ajenas a las originales.

Es así como se presentan tres formas posibles de referentes narrativos a partir del flujo entre medios, los cuales también son necesarios para poner en acción a la interfaz:

- 1) Narrativa *mediática*: tiene que ver con la extensión de la historia en el mismo medio. Esto sucede cuando una narrativa se hace más compleja o continúa

haciéndose referencia a ella dentro del medio para el que fue creada. Esto sucede con las secuelas de películas o libros, como el caso del *Quijote de la Mancha* de Miguel de Cervantes que se publicó en 1605, mientras que la entrega del segundo tomo sucedió en 1615, con una extensión de las aventuras de los personajes principales, Sancho Panza y Don Quijote. Ambas narrativas fueron creadas para publicarse como libros; es decir, en el mismo medio se llevó a cabo la extensión de la historia, y se utilizaron de referentes a los personajes principales.

- 2) Narrativa *transmediática*: son las que parten de otros medios para enriquecer o construir extensiones de narraciones. En ésta, los personajes, historias y situaciones se extienden o se utilizan en otros medios como inspiración, como referencia. Esto sucede con los cómics convertidos en películas como con los personajes de Marvel, la parodia de películas llevadas a la televisión, o productos más elaborados, en los cuales la historia de los personajes de una película se extiende y se complejiza con el comic, posteriormente es llevado a los blogs con el *fan fiction*, y a las plataformas de video a través del internet y sobre demanda con una serie. Esto es lo que ha sucedido con narrativas como la de *Star Wars*.
- 3) Narrativa *original*: se basa en la construcción de nuevas historias, personajes o situaciones inspiradas a partir de la imaginación del creador. Lo importante aquí es que no se hacen conexiones explícitas con otros mundos virtuales del mismo medio o de otros, pareciera que no existen referentes al respecto, aunque sí los haya a partir de la cultura. Este tipo de narrativas parten de circunstancias originales gracias a las diversas habilidades de los usuarios que han ido aprendiendo de forma empírica o profesional a materializar las interfaces.

La tecnología móvil ha acelerado los procesos de narrativas originales, pues todo se logra con un aparato un poco más grande que el tamaño de la palma de la mano y que se lleva en todo momento, como lo es el teléfono inteligente y en el cual la industria ha invertido dinero y esfuerzos en innovar para que el resultado de su

tecnología sea cada vez más profesional. Un ejemplo de esto son las cámaras de los teléfonos celulares que cada vez tienen una mayor calidad, cuentan con tecnología de identificación de luz y efectos de video, así como los softwares que se materializan en aplicaciones.

Sin embargo, la narrativa transmediática sigue siendo la más compleja de los tres tipos de narrativas, es la que se ha vuelto recurrente en las especies más jóvenes, así como en la evolución de las especies ya existentes. Por lo que hay que tomar en cuenta y resaltar que muchas veces se crean materializaciones que no buscan generar una ampliación de las historias, tampoco darle continuidad, ni construir mundos a partir de la historia central. Siguiendo a De Certeau (2010a), hay materializaciones que se hacen más desde la táctica y no desde la estrategia, es decir que no tienen más intención que colgarse y desplazar las narrativas de otros medios para transmitir un mensaje de forma más breve y creativa.

Cuando se genera una materialización “las acciones de los consumidores son fundamentales en este tipo de narrativas, los fans son evangelizadores a tiempo completo que no pierden la ocasión de promover su narrativa favorita” (Scolari, 2013, p. 42). Sin embargo, no sólo es trabajo de los fans, ya que los espectadores no tan fans también hacen la interpretación para entender el mensaje, mostrándonos así todo un gradiente de referentes transmedia, desde el espectador normal hasta los muy fanáticos. Los primeros entienden el referente, mientras que los últimos juegan con detalles específicos que no fácilmente se puede entender.

Es fundamental resaltar que el uso de referentes en las materializaciones no tiene que ser necesariamente una adaptación ni una expansión de la historia la cual necesite demasiada elaboración. Usualmente son más breves o funcionan a manera de resúmenes, siendo puertas de entrada al universo narrativo transmediático. Con ello se genera contenido que permite la abreviación y la retórica para expresar algo al respecto de una situación de oportunidad sin importar si ésta es directa, mediática o mixta.

Las narrativas transmedia vuelven más fácil expresar, a partir de personajes o lugares de historias conocidas, los mensajes a manera de símil. De tal suerte que

se incluyen referentes de narrativas de cualquier medio o de medios específicos para pasarlo a otro “sin llegar a proponer nuevos personajes o historias, estos minitextos también aportan otras claves de lectura del mundo narrativo y, a su manera, forman parte del universo transmedia” (Scolari, 2013, p. 164). Por lo que las tácticas hacen uso de las referencias de otros medios, poniendo en acción la dimensión narrativa transmediática dentro de la interfaz como forma para lograr su objetivo comunicativo.

Para entender mejor el abanico de posibilidades que tienen las creaciones de narrativas transmediáticas, Scolari (2013) propone de manera exploratoria un camino inicial para ser puesto a prueba. Éste se basa en las cuatro operaciones básicas de la retórica, sin embargo, pueden existir más. Dichas operaciones son acciones o métodos que sirven para dar nuevos sentidos a una narrativa ya creada. Así tenemos:

- Adición: que se refiere a la suma de uno o varios elementos.
- Omisión: esta operación se lleva a cabo cuando se quita un elemento.
- Transposición: es una comparación, al presentar dos elementos al mismo tiempo, promoviendo su análisis en conjunto.
- Permutación: un elemento se presenta en lugar de otro, el cual puede ser análogo en algún aspecto, como puede ser sustituir algún personaje, lugar, evento. Esto permite la contaminación de las especies (Scolari, 2013, p. 165-166).

Esta última operación básica de la retórica se refiere a las materializaciones creadas por los usuarios, como pueden ser parodias, falsos finales, recontextualizaciones, adaptaciones, *mashups*. Es a través del uso de los referentes narrativos de otros medios que se pretende realizar un desmontaje de las narrativas de manera desprejuiciada para mezclarla con otras producciones, creando a partir de esto nuevas interpretaciones paródicas (Scolari, 2013, p. 245).

Las narraciones originales, es decir expresadas en las materialidades hechas por expertos o creadores iniciales, abandonan su mundo y contexto original para volverse reinterpretaciones gracias a la digitalización y la tecnología para la edición. A partir de ahí se forman otros mundos virtuales a manera de extensión en donde lo que se haga con las narrativas puede ser completamente ajeno a las intenciones de su productor.

Ejemplo de ello es el uso de permutaciones en las cuales la forma de narrar se expande a través de diferentes sistemas de significación como el verbal, icónico, audiovisual e interactivo, y otros medios o herramientas de comunicación como puede ser el cine, el cómic, la televisión, la pintura, el teatro, los memes, los blogs, entre otros. Se echa mano de los sistemas abstractos que tienen las historias, así como los personajes de ficción para poder hacer paralelismos o actualizaciones que deriven en nuevos referentes narrativos.

Por otro lado, “los relatos transmedia no pueden reducirse a su dimensión narrativa o mediática. En cierto momento, las NT [narrativas transmedia] rebasan el espacio del libro o la pantalla y se derraman a lo largo y ancho de la cultura” (Scolari, 2013, p. 261) convirtiéndose no sólo en simples parodias, sino en referentes. Así el término de transmedia se utiliza como adjetivo y no como sustantivo. Hay que dejar en claro que, si bien este tipo de narrativa no está presente en todas las interfaces, se vuelve fundamental para la interpretación y puesta en acción de algunas de ellas.

Las narrativas como parte de las dimensiones de la interfaz, en este trabajo, no toman en cuenta a las simbologías, dado que éstas son referentes universales necesarios para interpretar el mundo. Esta característica las hace independientes de una ecología mediática, pues las simbologías se construyen culturalmente y la mayor parte del tiempo estamos interpretando a partir de ellas, las cuales permean gran parte de los flujos mediáticos. Por lo tanto, su surgimiento, conexión, así como uso rebasa al ámbito de los medios y tecnologías de la comunicación, lo que lo pone a la simbología en un nivel conceptual similar al de la percepción y cosmovisión.

Hay que tener precaución de no confundir la dimensión de la interfaz correspondiente a las narrativas con el momento de poner en acción a una interfaz

a partir de una situación de oportunidad mediática. La diferencia radica en que la situación de oportunidad mediática construye/interpreta desde un suceso que se conoce a través de los medios como extensión de los sentidos en un tiempo y lugar específico.

Mientras que la dimensión de la narrativa en su tipo mediático y transmediático tiene que ver con recurrir a historias o personajes ya creados en el mismo u otros medios, con la finalidad de lograr la comunicación de forma breve en una materialización, recurriendo a pliegues de tiempo acumulativo y coexistencias en donde se dan flujos. Así los miembros de cierto “público están utilizando los textos mediáticos a su disposición para forjar conexiones entre ellos, para mediar las relaciones sociales y darle un sentido al mundo que les rodea” (Jenkins, 2015, p. 320). Su gran potencial es generar referentes de sentido común entre productores y audiencias, los cuales recurren a la memoria y a la identidad.

Categorías para el análisis de las tres dimensiones de la interfaz del meme

El objetivo principal de este apartado es llevar a cabo la construcción de las categorías que ayudarán a desplegar las características del meme a partir de las tres dimensiones de la interfaz propuestas, conformadas por el género, la gramática y el tipo de narrativa. Como parte del proceso para realizar el análisis, en primer lugar, se describe el género de la interfaz del meme, el cual se explora desde la comedia. Por tal motivo se describen los procedimientos a los que recurre, desde la estética. Posteriormente, se especifican las categorías y subcategorías de análisis a partir de las otras dos dimensiones de la interfaz: la gramática y el tipo de referente narrativo.

En la dimensión que respecta al género, en la interfaz del meme, resulta fundamental abordar a la comedia. Ésta se ha presentado, junto con la tragedia, como uno de los géneros básicos y más antiguos. Como situación, permite analizar las formas que emplea el meme para sobrevivir en el ambiente mediático.

En Bergson (2014) encontramos tres formas en las que se contiene la situación de comedia: en la vida que transcurre, en lo estético y en los caracteres. Sin embargo, nos centraremos en la que respecta a la expresión estética, ya que el meme como una herramienta de comunicación que imita la realidad a través de las imágenes, oscilando “entre la vida y el arte” (Bergson, 2014, p. 10). Representa lo que les sucede a los usuarios en la vida cotidiana a partir de su virtualidad.

La palabra comedia tiene su origen del término *κωμος* que significa en griego “regocijo popular, algazara, festejo ruidoso, y aun diríamos en México, relajo” (Garibay, 1999, p. IX). Esto se relaciona con los cantos de la gente, del coro, de tal forma que la comedia es el canto de lo popular, de la distracción. Sin embargo, el blanco de la comedia al parecer dependía del contexto social y político. Así el tema fundamental de la Comedia Antigua griega se basaba en la crítica viva y sangrienta de los males públicos en el aspecto político, social. Debatía y se burlaba con lo ideológico y en muchos casos hasta lo religioso. A diferencia de lo que sucedía con la Comedia Moderna griega en la cual se encuentra un sentido más filosófico, de tal manera que aquellos temas de la tragedia, eran transformados en parte de la vida cómica (Garibay, 1999, pp. X-XII). Lo que hace que encontremos en dichas obras motivos y situaciones de comedia diversas que formaban parte de la vida cotidiana del momento.

Entre los recursos narrativos que llega a utilizar este género, son los nombres de dioses y de referencias a mitos, sin que estos se vuelvan parte central del argumento. Se utilizaban sólo como recurso para hablar de la vida ordinaria (Garibay, 1999, p. XII) y con ello lograr la situación de comedia. También existen obras de este género, que lejos de utilizar referentes míticos, hacen uso de lo obsceno como vía para acercarse a lo supuestamente popular, a la mayoría de la gente, lo cual es un “requisito indispensable de la comedia” (Román, 2002, p. V). A diferencia de las tragedias o los melodramas que buscan la lejanía, con el fin de darle una mayor intensidad a lo narrado.

Recurrir a palabras obscenas es también una estrategia de cierto tipo de comedia. Pero para que cumplan con su cometido cómico, las palabras obscenas tienen que

estar dichas en determinada situación, contexto y momento crucial que las vuelvan adecuadas (Román, 2002, p. VI). De manera que no indignen o sean excesivas, que no lleguen a tal grado de dejar de cumplir con su cometido.

Lo cómico como rama del género dramático se caracteriza por personajes que se enfrentan a dificultades de la vida cotidiana, acentuando así los defectos y errores de éstos en sus acciones. Aristóteles en su *Poética* (1974) afirma que la comedia es una imitación —*mímesis*—, entendida como una representación de la realidad, que pinta a los hombres peores de lo que son.

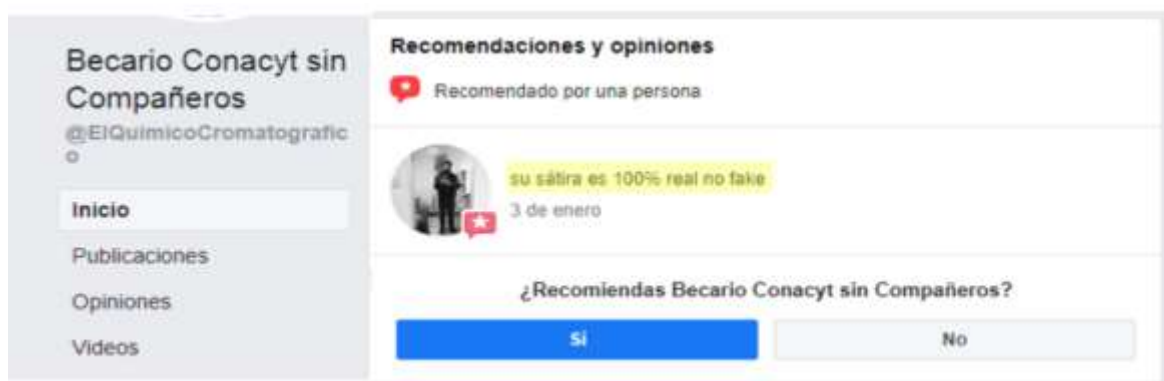
Lo cómico abstrae la esencia de las situaciones y de las personas para hacerlas ver burdas, grotescas. Las vuelve imperfectas, ya sea a nivel individual o colectivo, por lo tanto, buscan ser corregidas a través de la risa. Para Bergson es un gesto social que “subraya y reprime una distracción especial de los hombres y de los hechos” (2014, p. 26). Diferente al humor, la comedia es la puesta en acción de situaciones y personajes con un orden específico.

Es por eso que “la comedia es un juego, pero un juego que imita la vida” (Bergson, 2014, p. 22). Jean Chateau en su libro *La psicología de los Juegos Infantiles*, afirma que el arte, la ciencia, la religión y los deportes son formas de juegos para los adultos. Es a partir de estos espacios que lo que se disfruta del juego en sí mismo no es dado por lo sensorial, sino por el goce moral (1958, p. 22). Por lo que el autor considera que el ser humano se expresa de forma completa sólo cuando juega, y qué mejor juego que la comedia y sus diversas expresiones estéticas, como lo es el meme. Así, la comedia es parte de uno de los juegos más divertidos para los humanos, sin importar la edad, ya que es el arte más cercano a la vida cotidiana, al vivir día a día. La manera en que pasa aquello que era sólo juego de niños, se traduce en las situaciones que la comedia va generando para divertir.

Bergson afirma que “es cómico todo arreglo de hechos y acontecimientos, que encajados unos en otros nos den la ilusión de la vida y la sensación clara de un ensueño mecánico” (2014, p. 22). Así, lo verosímil, ajustado de manera falsa, es clave para generar la situación de comedia como se puede apreciar en la Figura 21. Por lo que, a partir de la taxonomía que propone Bergson respecto a la estructura

que tienen las situaciones de comedia, se puede develar aquello cómico en el meme. Él identifica subcategorías que permiten la clasificación y deconstrucción de los recursos que utiliza la comedia desde tres metáforas, dos de ellas tienen relación con los juegos infantiles y que forman parte de su diversión.

Figura 21. Se muestra una captura de pantalla con respecto a la sección de recomendaciones y opiniones de la página de Facebook llamada Becario Conacyt sin Compañeros. En ella se publican memes con temáticas variadas sobre ciencia y sobre la experiencia de estar inscrito en un posgrado. Lo que resulta interesante es la importancia de la verosimilitud de la comedia. Es por eso que la recomendación que hace un usuario al respecto de esta página va en un sentido positivo al afirmar que “su sátira es 100% real, no *fake*” o falsa.



Fuente: Recuperado de Facebook @ElQuimicoCromatografico (26 de agosto de 2020)

1) La repetición (El diablillo del resorte)

No sólo se trata de una palabra o de una frase que se repite por algún personaje, también puede ser una situación, o una combinación de circunstancias, que aunque “tengan ligeras diferencias se producen en muchas ocasiones, cortando el curso cambiante de la vida” (Bergson, 2014, p. 27). Se puede dar una escena repetitiva entre diferentes personajes, pero el objetivo es introducir un orden claro, cuidando que sea evidente la verosimilitud. “El espectador la aceptará si se le ha ido preparando poco a poco para ello” (Bergson, 2014, p. 27). Esto sucede con los memes que se repiten una y otra vez, ya sabemos cómo terminarán, siendo esto lo que detona la comedia. Sin embargo, se le añade la variante que es la que sorprende, la que vuelve a hacer reír al usuario, ya que está esperando la repetición de la situación que va construyendo el tren del meme una y otra vez o algún referente narrativo, aprovechando el fenómeno estudiado desde la psicología conductual que tiene por nombre *efecto de arrastre* en el que hay una tendencia a

adoptar cierta actitud, comportamiento o estilo, por el simple hecho de que más personas lo hacen (Schmitt-Beck, 2015).

Para Bergson (2014) este tipo de procedimiento es similar al efecto del diablillo del resorte que se comprime en una caja para guardarlo y que con el girar de una manivela salta fuera de ella sorprendiendo al espectador una y otra vez, de forma repetida. Lo mismo sucede con las situaciones, así como con los personajes ya conocidos de ciertos memes, que por un mínimo de tiempo permanecen silenciados, para estallar y sorprender con su variante de realidad. Tenemos así “una fuerza que se obstina y otra obstinación que la combate” (Bergson, 2014, p. 23). Lo que vuelve a la repetición un procedimiento cómico más complejo de lo que parece, pues siempre está en constante lucha, aunque se conozca la manera en la que concluirá la narración. Esa tensión es la que hace al usuario de la interfaz esperar el remate de la situación cómica, el estallido que le sorprende.

Las frases famosas y repetidas por ciertos memes, sus personajes en situaciones con final reiterado, son la herramienta de este procedimiento cómico, como el pollito del meme “se tenía que decir y se dijo”; la mujer con rostro desencajado, señalando con el dedo al gato en una cena elegante; frases de películas como *Avengers*. Por lo que “nunca es ridícula en sí misma la repetición de una frase. Nos hace reír porque con elementos morales simboliza un juego completamente mecánico” (Bergson, 2014, p. 23). La metáfora del diablillo del resorte nos permite comprender la forma en la que la fantasía cómica convierte poco a poco un recurso mecánico en uno abstracto a partir de la repetición de la situación.

2) Inversión (El fantoche de hilos)

En este procedimiento cómico el destino es el centro y causante de la escena cómica, invirtiendo los papeles de victimario a víctima. Se presentan personajes que caen en sus propias redes. Esto sucede con aquellos protagonistas que creen proceder libre y astutamente, mientras por otro lado se vuelven juguetes de las situaciones. Así, “el espectador se pone siempre del lado de los picaros, se pasa a su bando. [...] Hace ir y venir por la escena al fantoche cuyos hilos cogió en sus manos” (Bergson, 2014, p. 24). Se genera una complicidad con el destino, elemento

fundamental para generar la comedia. Por lo que el espectador puede permanecer ajeno a la situación, pero tiene que tener la sensación de que confabula junto con el azar, mientras que el fantoche sólo conoce la propia perspectiva y va cayendo más y más en su trampa.

3) Interferencia de series (La bola de nieve)

Este procedimiento cómico se da cuando una situación pertenece a dos series de hechos independientes uno del otro y que “se puede interpretar a la vez en dos sentidos totalmente distintos” (Bergson, 2014, p. 28). La bola de nieve sucede con el equívoco, que es una situación que presenta al mismo tiempo sentidos diversos, el que lo comete y el del público. Se muestran los aspectos completos de la situación, mientras el personaje sólo conoce uno de ellos, el de sus decisiones. El personaje tiene un falso criterio de lo que sucede en su contexto y de sus acciones, de tal modo que parece que no logrará salir adelante de su misión, sin embargo, siempre lo logra.

La interferencia de series nos hace reír porque acumula dos elementos independientes, pero ambos afectan al personaje o la situación que se muestra. Es “un efecto que se va propagando, de modo que la causa, insignificante en su origen, llega a alcanzar un constante progreso, hasta llegar a un resultado tan importante como inesperado” (Bergson, 2014, p. 25). Se van dando procesos que se engranan unos con otros, haciendo una bola de nieve cada vez mayor con incidentes más complicados, que afectan de manera imprevista y en mayor medida al personaje o personajes con la finalidad de llevarlo al mismo punto de partida. De lo contrario todo marcharía de forma natural, en un progreso continuo, como sucede en las historias épicas. La bola de nieve es por excelencia la fórmula de la comedia de situación.

A partir de que Bergson describe los tres procedimientos principales de la comedia como género estético, advierte su paralelismo para lo cómico *de* las palabras, es decir aquello que se hace por medio del juego con el lenguaje mismo. Esto lo distingue de los procedimientos cómicos que se dan *a través* de las palabras, como sucede con las situaciones y personajes.

La clave y lo que distingue lo cómico que utiliza al lenguaje y lo cómico del lenguaje mismo es la posibilidad de traducción a otro idioma. En el primer caso una situación cómica se puede traducir —aunque corre el riesgo de perder su importancia por la asociación de ideas de otra cultura—, mientras que en el segundo caso la traducción es inviable ya que pierde su comicidad. Las distracciones o imperfecciones del lenguaje se vuelven evidentes al jugar de forma ingeniosa con sus polisemias, con sus figuras retóricas o sonidos. Esto es posible por la conformación física y abstracta que tienen las palabras; es decir, en términos saussureanos *significante* y *significado*. El procedimiento de *repetición* se refiere al uso constante de una palabra, mientras que el de *inversión* tiene que ver con el ingenio al utilizar sus polisemias, dándole la vuelta.

Posteriormente, hace referencia a la *interferencia*, que recurre a dos sistemas de ideas, como sucede con la figura retórica del retruécano o conmutación. Ésta se forma por la contraposición de dos frases creadas por las mismas palabras que se presentan con un orden invertido con la finalidad de dar un sentido contradictorio y encontrado. Dicho juego de palabras lo podemos encontrar en frases populares como “No es lo mismo los dolores de piernas, que las piernas de Dolores”, siendo un recurso cómico empleado constantemente. En él se aprovecha el sonido similar, la sintaxis y los diversos sentidos.

Otro proceder del género cómico dentro del lenguaje es la transposición como parte de la repetición. Sucede cuando una frase repetida constantemente se extrae de su ambiente natural y se expresa en otro tono que modifica la intensidad y fuerza, la cual usualmente se le da a determinadas palabras conjuntas, volviéndolas cómicas. Al transportar la intensidad con el tono de voz, se genera la ironía, el sarcasmo y la parodia. Esto sucede cuando de una frase solemne, comúnmente atribuido a cierto conjunto de palabras, se dicen en un tono familiar.

El tono es lo que carga a un texto de las actitudes del sujeto que lo enuncia, para así ser interpretado por sus receptores. Existen diversos tonos que van de lo formal, informal, íntimo, solemne, sombrío, activo, serio, condescendiente, amoroso, hasta

el odio. Los tonos usualmente se asocian con la actitud de la voz del narrador en conjunto con su expresión corporal.

Si bien Bergson establece categorías claras sobre los procedimientos cómicos, también estos pueden extenderse a otros recursos estéticos, no limitados a las palabras y en las palabras mismas, sino también en las imágenes. Su propuesta resulta pertinente en relación de las imágenes yuxtapuestas con palabras. Se puede jugar con los tonos a través de la combinación del texto y las imágenes, sin necesidad de la entonación vocal, sino a partir del lenguaje corporal y gesticulación. Por otro lado, Bergson no advierte que con el procedimiento de la repetición hay que ser cuidadosos, ya que un exceso de ella puede perder el efecto cómico y caer en lo aburrido, así como poco sorprendente. Incluso corre el riesgo de convertirse en un sonido o imagen reiterada que resulte desagradable con el tiempo.

Figura 22. Los tres procedimientos de lo cómico.



Fuente: Elaboración propia.

Las tres dimensiones de la interfaz conforman un tamiz de categorías con las que se pueden analizar a las materializaciones, derivadas de la interfaz del meme como parte de un ambiente mediático, con lo que se hacen evidentes sus características en distintas dimensiones. La Tabla 1 sintetiza las tres dimensiones y explicita sus categorías, así como características.

Tabla 1. Dimensiones, Categorías y características de análisis

Dimensión de la interfaz	Categorías	Características
Género cómico	Repetición	Palabra, frase, situación o combinación de circunstancias que se repiten por algún personaje.
	Inversión	Se invierten los papeles de victimario en víctima, a causa del destino.
	Interferencia de series	Cuando una situación que pertenece a dos series de hechos independientes se confabula para ir complicando cada vez más la misión del o los personajes.
Gramática	Específicas	Cuenta con elementos constitutivos ordenados de tal forma que son propios y únicos de ese medio.
	Adaptadas	Elementos constitutivos que provienen de otros medios y se han ajustado a uno distinto.
	Importadas	Elementos constitutivos que llegan de forma directa a un medio sin adaptación alguna.
Narrativa	Mediáticas	Es la extensión de la historia en el mismo medio.
	Transmediáticas	Nacen en un determinado medio, pero utilizan otro para enriquecer o construir extensiones de la narración. Estas pueden

		ser por: adición, omisión, transposición, permutación.
	Originales	Es la construcción de nuevas historias, personajes o situaciones inspiradas del mundo real o de la imaginación del creador específica para esa unidad de análisis.

Fuente: Elaboración propia.

Con la matriz de análisis expuesta en la Tabla 1 se plantea una propuesta metodológica para analizar las distintas materializaciones de la interfaz del meme desde un enfoque que permite vincularla con su ambiente mediático. De esta manera se busca evidenciar lo propio, lo heredado o la evolución de esta herramienta de comunicación a partir de las tres dimensiones propuestas, por medio del análisis que se realiza en el siguiente capítulo.

Capítulo V

La interfaz materializada: análisis del meme a partir de sus dimensiones espacio-temporales

La historia del tiempo presente es una historia que se interpreta y escribe en modo inverso a la cronología. [...] Sólo así se comprende la significación del acontecimiento y se restablece el vínculo entre pasado y presente.
(Fazio, 1998, p. 55)

El objetivo del presente capítulo es analizar, a partir de las tres dimensiones de la interfaz, un corpus conformado por 46 memes que se presentan ordenados según la situación de oportunidad por la que fueron creados. La finalidad que tiene mostrarlos de esta manera es hacer referencia a las temáticas y contextos de cada uno de ellos de forma más clara para el lector. Con este ejercicio se busca caracterizar la interfaz del meme, para llevar a cabo una abstracción de los elementos y dinámicas que lo componen como especie dentro de la ecología mediática.

En primera instancia se lleva a cabo la descripción de los criterios de selección del corpus, para posteriormente plantear las situaciones de oportunidad seleccionadas, con las cuales se da pie al análisis. Se comienza con aquellas situaciones de oportunidad mediáticas, seguidas de las directas y las mixtas. Cada apartado finaliza con una serie de reflexiones con respecto a los hallazgos encontrados a partir del trabajo realizado con el material empírico.

Criterios de selección para el corpus de análisis

El estudio, al ser de carácter cualitativo, está conformado por un corpus que representa la heterogeneidad de una o varias de las categorías de análisis. Esto quiere decir que si bien los objetos o materializaciones elegidas no tienen

representatividad numérica o cuantitativa, sí se conforman de la mayor diversidad posible bajo el principio de saturación. De manera que se asegura la multiplicidad de aquello que interesa mostrar como parte de la investigación y que se encuentra presente en su estructura, como son las dimensiones de la interfaz y las situaciones de oportunidad.

A través de la selección cuidadosa de cada meme que forma parte del corpus se tomaron en consideración aquellas materializaciones con características estandarizadas y aquellas con elementos poco comunes, pero que también han sido denominados memes por los medios noticiosos o por el título que los usuarios le asignaron a la imagen para subirla en Facebook, en aplicaciones de mensajería privada o en alguna página de la *web*. Así, cada unidad de análisis tiene como criterio la representación de al menos una diferencia o diversidad de entre las tres categorías de análisis.

En primera instancia, la selección está basada en la pluralidad de las situaciones de oportunidad —directas, mediáticas o mixtas— a partir de una exhaustiva búsqueda de aquello que puso en marcha la interfaz del meme desde la extensión de los sentidos del usuario. Este primer criterio es lo que permite presentar a los memes en bloques temáticos y contextuales. Posteriormente se tomó en consideración la saturación de las diferencias basadas en las categorías de análisis, por lo que en segundo lugar se sopesó la diversidad creativa de los recursos gramaticales que se emplearon para crearlos. En tercer lugar se estimaron las distintas subcategorías del procedimiento cómico, y por último la variedad en los tipos de narrativas. Así se obtuvo una muestra de 46 memes con la que se realiza un análisis para comprender el funcionamiento de aquello que conforma la interfaz del meme a partir del estudio de su materialización.

De tal forma, el criterio central fue que las tres dimensiones de la interfaz se vieran representadas en las unidades de análisis —memes— de manera exhaustiva pero no reiterada. Algunas de ellas fueron agrupadas para su análisis a partir de determinadas características dimensionales que tienen en común. A través de este acomodo se advierten diferencias, así como similitudes al momento de aplicar las

categorías de análisis, lo que arroja cruces interesantes. Con base en lo anterior, se pretende alcanzar un conocimiento detallado y a profundidad de las dimensiones de la interfaz, expresadas a partir de sus materializaciones. Sin embargo, esto sólo es una muestra de las posibilidades creativas que tienen las dimensiones de la interfaz del meme cuando ésta se activa, pues resultaría una labor imposible agotarlas todas.

El análisis en su conjunto deriva en una propuesta metodológica que permite el estudio de los memes, con tal apertura que, sin importar la creatividad con la que hayan sido realizados, permite un análisis de la información que arroja cada uno de ellos. De forma tal que muestra pistas de su potencialidad y del uso del ingenio como característica para activar su interfaz.

Posteriormente al análisis del corpus se incluye una serie de reflexiones con respecto a las características de cada situación de oportunidad y el vínculo que se encontró entre las categorías. Se revelan los pliegues en espacio y tiempo, así como las complejidades de la interfaz del meme generadas a partir de su brevedad y especificidad.

Memes con situaciones de oportunidad que parten de vivencias mediáticas

El primer grupo de memes corresponde a las situaciones de oportunidad que parten de vivencias mediáticas. Se conforma de aquellos memes que fueron generados a partir de una situación de oportunidad percibida por las tecnologías de la comunicación. Muchos de ellos se refieren a momentos en que los memes inundaron los medios conectivos, a tal grado que dentro de la ecología mediática trascendió la interfaz y se realizaron notas periodísticas al respecto de lo sucedido en Internet, lo que llamó la atención en el espacio público. Por lo que se eligieron cuatro eventos específicos: la visita de Donald Trump a México en 2016, el partido de la Selección Mexicana contra la de Alemania en el Mundial de Rusia 2018, el tiroteo en Las Vegas de 2017, el sismo del 19S en México percibido a partir de los

medios estadounidenses, y por último, la noticia sobre quién es *Bad Luck Brian* en la actualidad.

Visita de Donald Trump a México

A continuación se analizan ciertos memes de la visita a México del entonces candidato a la presidencia de los Estados Unidos de América por parte del Partido Republicano para las elecciones del 2016, Donald Trump, y su reunión con el presidente de México, Enrique Peña Nieto, llevada a cabo el 31 de agosto de 2016, la cual fue dada a conocer por medios noticiosos tanto de Internet, televisión e impresos. La recopilación de memes se hizo en la búsqueda de la plataforma de Google y Facebook para identificar archivos que se denominaran “meme visita Trump” de los que se seleccionaron 8 memes.

Meme 1



Procedimientos de la comedia: Se recurre a la **inversión** a partir de la expresión del hombre de la foto, quien es el expresidente de México Enrique Peña Nieto; esto es aprovechado para generar la comedia a través de la yuxtaposición de texto, que narra la acción de la imagen en donde, a manera de diálogo se hace explícito cómo el destino le jugó un revés, pues de ser victimario con el pueblo al intentar crear una cortina de humo con la visita de Trump a México, se volvió víctima y no aprovechó la muerte de Juan Gabriel para distraer a las personas.

Gramáticas mediáticas: La gramática es **adaptada** de la fotografía periodística a color en acercamiento. Se aprecia una marca de agua del creador en la esquina

superior derecha, a manera de firma. El texto se presenta en forma de columna del lado derecho y en primer plano con letras blancas de diversos tamaños.

Tipo de narrativa a la que se recurre: La narrativa es **transmedia** por adición, ya que se le suman elementos transmediáticos a la narrativa del meme, como fue la nota periodística y el revuelo causado por la muerte del cantante mexicano Juan Gabriel, que abarcó la mayoría de los medios noticiosos.

Meme 2



Meme 3



Meme 4



Procedimientos de la comedia: En estos tres memes se recurre a la **repetición**, en el número 2 el meme juega con la edición de las caras, de los personajes originales de la película cómica *Una pareja de Idiotas* (1994), y la de ambos presidentes, pues el color del cabello es el mismo al de los personajes de la película y la forma de resolver las situaciones que se les presentan hacen parecer como si fueran las misma, sin lógica, ni sentido. En el meme 3 también se da la repetición a través de la raza, edad y complexión de los personajes con los presidentes Enrique Peña Nieto y Donald Trump. En el número 4, el mismo procedimiento cómico se da por la situación de los personajes de la película de *Star Wars* titulada *El retorno del Jedi* (1983), Jabba el Hutt, un personaje antagónico y que en la imagen editada corresponde con el rostro de Donald Trump, tiene prisionera y como esclava a la heroína, la Princesa Leia, la cual está representada con el rostro de Peña Nieto.

Gramáticas mediáticas: En el caso del meme 2, es **importada** directamente de los carteles publicitarios de las películas de cine. En el número 3, es **específica** del

memes, compuesta por una fotografía y el texto en primer plano, con letras en blanco y dentro de la imagen, en la parte inferior, a manera de descripción. En el meme 4, la gramática es **adaptada** de la fotografía. No tiene textos que funcionen a manera descriptiva, ni como parte de la acción, sólo utiliza la edición de los rostros.

Tipo de narrativa a la que se recurre: En los tres memes se recurre a la transmedia de distintas películas. En el meme 2 y 3 se hace referencia a la comedia titulada *Una pareja de Idiotas* (1994), protagonizada por Jim Carrey y Jeff Daniels. En el meme 2 la transmedia se hace por permutación, en donde se asocia a la idea de que los personajes principales constantemente se meten en líos por falta de sentido común. El 80% del texto es el original del cartel de la película, excepto los nombres de los actores y las caras, que fueron editadas. Sin embargo, en el meme 3 la transmedia se da por transposición.

Con respecto al meme número 4, el referente narrativo transmediático es por la permutación con los personajes de la película de *Star Wars* titulada *El retorno del Jedi* (1983), Jabba el Hutt, tiene prisionera, y como esclava a la princesa Leia.

Meme 5

—Hasta arriba de tu muro ponle
envases rotos de caguama, eso te
dará mucha seguridad...



Meme 6



Meme 7



Procedimientos de la comedia: En el meme 5 es a partir de la **repetición y transporte de tono** solemne a uno más familiar. Se lleva a cabo la repetición de una fotografía en la que aparecen los dos presidentes y militares, en un momento político oficial de Estado, con mucha tensión, a la cual se le ha agregado un diálogo como si fuera parte de la acción de la fotografía con un tono familiar. Mientras en el meme 6 el procedimiento de la comedia se da a partir de la **Interferencia de series**, pues cada vez se va generando un engranaje de situaciones independientes que interfieren en la misión del expresidente Enrique Peña Nieto para cumplir dignamente su papel y gobernar de forma sensata.

En el meme número 7, el procedimiento cómico es de **inversión**, al revertir la insistencia de Donald Trump de construir un muro en la frontera sur de Estados Unidos de América, mientras que se le plantea una inversión de la situación para que cultive su mente y se construya un muro para detener su ignorancia.

Gramáticas mediáticas: en estos tres memes, las tres son **adaptada**. En el meme número 5 se presenta como publicación de Facebook y diálogo literario. Se muestra una foto y el texto fuera de la imagen en la parte superior, a manera de diálogo marcado por el guion. En el siguiente meme se hace uso de los globos de diálogo y personajes políticos –Hillary Clinton y Barack Obama- que aparecen en el meme, retomando la gramática de la caricatura política. También se aprovecha la expresión exacerbada de los personajes de la foto, que es un recurso constante de la gramática del meme.

En el meme 7 la gramática adaptada es de dos medios distintos, el primero tiene que ver con los espectaculares publicitarios en la vía pública que utiliza la empresa de librerías Gandhi desde hace 10 años. Fondo amarillo, frases cortas y letras grandes, para que los transeúntes los vean de forma rápida, pero que genere un impacto contundente.

La segunda gramática mediática que se ve es la de la publicación en medios conectivos, esto por el uso del hashtag en la parte superior de la imagen amarilla con el texto (sin yuxtaposición) y la imagen del perfil de Facebook.

Tipo de narrativa a la que se recurre: En los tres memes es del tipo **original**, ya que no se recurre a referentes mediáticos, sino a aquellos culturales, de contexto político o de la misma situación de oportunidad. El referente del meme número 5 tiene que ver con la costumbre de poner vidrios filosos en la parte superior de las bardas para evitar que los ladrones se salten e introduzcan a las casas. El del meme 6 se vincula con el momento político en el que Hillary Clinton era la rival demócrata a vencer, y la cual estaba apoyada fuertemente por Barack Obama. Mientras que en el meme número 7 se aprovecha la situación de oportunidad para llamar la atención con la comedia y a través de la agenda pública respecto a los productos que vende la Librería Gandhi.

Meme 8



Procedimientos de la comedia: **Repetición** creada por el lenguaje, en la cual se utiliza una estrofa del himno nacional que dice “[...] mas si osare un extraño enemigo profanar con su planta tu suelo [...]”, por lo que el procedimiento cómico

es creado por la unión de las palabras en la cual parece que “Masiosare” es el nombre del enemigo, quien en el meme comparan con Trump, que agrede a la nación.

Gramáticas mediáticas: **Específica** del meme, pues es una gramática propia de éste. Se basa en una imagen, usualmente una fotografía que cuenta con un texto blanco en primer plano en la parte superior, la cual genera el contexto y el remate del procedimiento cómico, en la parte inferior. Ambos textos funcionan a manera de yuxtaposición con la fotografía.

Tipo de narrativa a la que se recurre: **Transmedia** a partir de la transposición de un chiste: La narrativa hace referencia a partir del himno nacional mexicano y su letra: “[...] mas, si osare un extraño enemigo profanar con su planta tu suelo [...]”. Posteriormente surge un chiste de manera oral dado el mal fraseo de la letra, que al cantarla, parece que es el nombre del extraño enemigo es “Masiosare”.

Podemos ver que en cuanto a la gramática mediática se recurre a carteles de películas, fotografías con gran expresividad en el rostro, a la caricatura política, las publicaciones de Facebook, y hasta a la publicidad en espectaculares. Es interesante la manera en que ésta última aprovecha la situación de oportunidad para hacerse pasar por meme y difundirse como tal, llevando a cabo un procedimiento cómico, al mismo tiempo que se mezcla con la gramática de una publicación en la página de Facebook de la empresa que se publicita. Por lo que podemos advertir que las gramáticas adaptadas de varios medios pueden hacerse presentes en un mismo meme.

Por otro lado, el procedimiento cómico de la repetición no sólo se da a través del texto en yuxtaposición con la imagen, sino que también está dada a través de la edición de las puras imágenes, así como el procedimiento de inversión a partir del texto. Asimismo, el anonimato se rompe en algunos memes a través de la presencia de marcas de agua en las orillas de las imágenes, lo cual también se asocia a una gramática de la fotografía digital, heredada de la fotografía análoga y ésta a su vez de la pintura. De esta forma se hace evidente cómo estas gramáticas van siendo

adoptadas y evolucionando en conjunto a partir de las tecnologías de la comunicación y los medios.

En los memes analizados, las narrativas transmedia hacen referencia a personajes de otros medios vinculándolos con atributos corporales físicos, como son la raza y la compleción. De esta manera se establece la asociación de los políticos a personajes de películas, así como a la situación en la que se encontraban. Es por eso que el procedimiento cómico de la repetición es proclive al uso de las narrativas transmedia, ya que de forma fácil y efectiva deriva en una situación de similitud entre personajes y/o situaciones.

Partido México-Alemania en el mundial Rusia 2018

Esta situación de oportunidad tiene que ver con el juego de la Selección Mexicana contra la alemana en el Mundial de Rusia 2018, televisado el día 17 de junio de 2018. Se temía la victoria del conjunto alemán ya que eran los campeones del mundial pasado, llevado a cabo en Brasil 2014. Sin embargo, en Rusia, México le ganó a Alemania 1-0. Los memes recuperados para el análisis se retomaron de la página web de noticias y contenido deportivo llamada Depor.com¹⁴ con base en una nota titulada “¡México está de fiesta! Los mejores memes del triunfo histórico del 'Tri' contra Alemania en el Mundial”¹⁵.

¹⁴<https://depor.com/>

¹⁵ <https://depor.com/mundial/mexico-vs-alemania-memes-partido-mundial-rusia-2018-moscu-fotos-77749>

Meme 9



Meme 10



Procedimientos de la comedia: En el meme 9 se utiliza la **inversión**, en donde se ve a una persona con rasgos de los pueblos originarios de México, con la aspiración por pertenecer a otra raza y nacionalidad. Por lo tanto el procedimiento de la comedia a partir de la inversión sucede cuando el personaje desea negar su origen y nacionalidad pero no puede hacerlo. En el meme 10 vemos la **repetición** como procedimiento de la comedia, en donde se asemeja la imagen de un Santo con el arquero de la Selección Mexicana, Guillermo Ochoa, ya que los rasgos físicos, tanto como el cabello es similar a la imagen original y la situación, pues fue el personaje que salvó a la selección de una goliza en ese partido.

Gramáticas mediáticas: Ambas son **importadas** de la pintura, la del meme 9 del muralismo cubista mexicano, y la del meme 10 de frescos al óleo y estampas de Santos impresas en papel que tienen la finalidad de llevarse en la cartera o el bolso para proteger a la persona que lo porta. Ninguna de las dos tiene texto y ambas recurren a la edición de imagen digital.

Tipo de narrativa a la que se recurre: Mientras que la del meme 9 es **original** a partir de la adición de la camiseta con la bandera alemana como referente cultural, relata el sentir *malinchista* que caracteriza a ciertos mexicanos. De esta manera se vuelve evidente la crisis de identidad y la autodiscriminación hacia la propia raza. La del meme 10 es **transmedia** por permutación. Utiliza el relato bíblico y católico de Cristo Rey como todo poderoso y salvador como se ve en la Figura 23.

Figura 23. Cristo Rey



Meme 11



Procedimientos de la comedia: **Repetición** de la frase “tú no” que nace en los memes de este tipo, en donde se disponen varios objetos o personajes y a uno de ellos se le excluye, por características que tienen que ver con un mal desempeño.

Gramáticas mediáticas: **Adaptada** ya que combina la gramática de las viñetas del comic para separar las imágenes y dar lectura de los textos que contiene cada viñeta. Utiliza escudos, así como la caricatura del conejo vestido de azul, que es la única viñeta que no tiene escudo. Asimismo, recurre a las letras en la parte superior e inferior propias del meme. Por otro lado, tiene la firma del autor en la parte media izquierda de la imagen a manera de logotipo.

Tipo de narrativa a la que se recurre: **Original**, ya que existe una creencia popular

de que el equipo del Cruz Azul trae mala suerte puesto que desde hace años no gana una liga nacional. A esto se le ha llamado “cruzazulear”. Pero esta mala suerte se extiende a otro tipo de eventos que salen mal cuando alguien que asiste lleva la playera del equipo Cruz Azul, también conocido como “chemo”, por ser un equipo de la cementera con el mismo nombre.

Meme 12



Meme 13



Procedimientos de la comedia: En el meme 10 se da la **inversión** a partir del lenguaje, ya que el procedimiento de la comedia se genera por la polisemia de la palabra “partido”, que puede referirse a los partidos políticos, así como a un juego futbolístico, que en el contexto de las elecciones que coincidió con el mundial permitió jugar con ambos sentidos. En el meme 13 se presenta la **repetición** de situaciones contrarias que parecen guardar similitud y que producen un empate perfecto de repetición. Esto a partir de haber hecho —Alemania— y haber recibido —México— siete goles en un partido, lo cual parece generar un vínculo perfecto.

Gramáticas mediáticas: Ambas son **importadas** del dibujo en el meme 12 es de la caricatura política, por el uso de globos para los diálogos, y el estilo de los dibujos. Sin embargo, en este caso se ve una variante de la técnica utilizada en el dibujo que es la caricatura política digital. Su creación, ni distribución ya son a partir del tradicional procedimiento tecnológico de la litografía, ni por la prensa. La gramática del meme 13, también **importada**, es del cómic. Se muestran las viñetas, globos de texto y dibujos característicos de este medio. A pesar de que cuenta con una mezcla digitalizada de banderas nacionales. En la orilla izquierda se ve una firma de la

página que lo publicó originalmente.

Tipo de narrativa a la que se recurre: En el meme 11 la narrativa es **original**, pues el dibujo fue creado para este juego de comedia a partir de palabras, si bien es una crítica al bombardeo mediático televisivo, no hace referencia a ninguna narrativa para extenderla o asemejarla. Mientras que el meme 12 sí es **transmedia** por transposición, en donde se comparan partidos anteriores de ambas selecciones que mediáticamente causaron revuelo dentro del mundo narrativo del futbol, utilizándolos como referentes. En el mundial del 2014 Alemania le gana a Brasil 7-1. En la Copa América Centenario del 2016 la selección de Chile le anota a México 7 goles por cero.

Meme 14



Procedimientos de la comedia: Por **repetición** del título de una novela trágica que se llama *Crónica de una muerte anunciada*, de Gabriel García Márquez (1981). El texto se presenta en conjunto con la imagen de la Selección Mexicana de forma yuxtapuesta con la finalidad de describirla. El procedimiento de la comedia se da a través de la repetición del título de la obra con la situación que se esperaba con respecto al partido contra la Selección Alemana.

Gramáticas mediáticas: **Importada** de la portada de un libro. Se muestra el nombre del autor del libro arriba y el título debajo de la fotografía. El texto se encuentra fuera de la fotografía, lo que simula ser la pasta en color verde claro.

Tipo de narrativa a la que se recurre: **Transmedia** por transposición ya que la narrativa del meme está inspirada en la novela del escritor colombiano Gabriel García Márquez titulada *Crónica de una muerte anunciada* (1981). Es de transposición porque se compara el título con la posible situación de la selección mexicana.

Meme 15



Meme 16



Procedimientos de la comedia: En el meme 15 se da la **inversión** y **repetición** tanto de la situación como del lenguaje. La inversión a partir de la situación del personaje masculino que prioriza el tiempo para ver el partido, antes que estar con su pareja, en un acto de masculinidad. Sin embargo, cuando la mujer responde que ella también quiere hacer lo mismo con él, se da la inversión, ante la sumisión de ella. A través de las imágenes y la superposición de los diálogos también sucede el procedimiento de la comedia de la repetición, ya que se hace una similitud reiterada de la situación de la película con la situación de ver un partido en pareja como prioridad. Asimismo, también se juega con los tonos.

En el meme 16 la **repetición** se da por la situación en donde hay muy pocas posibilidades de ganar el partido, así como los protagonistas de la película de *Avengers* (2018) tienen pocas probabilidades de lograr vencer a su enemigo Thanos. Esto a partir de la repetición de la frase específica que condensa toda la problemática de la película.

Gramáticas mediáticas: Ambas son **adaptadas** de las películas subtituladas a manera de diálogos de la escena, en donde el texto se encuentra en la parte inferior de la imagen en amarillo o blanco. También recurre a las viñetas del cómic que evoluciona, a partir del uso de fotografías expresivas de una escena, a la gramática de fotonovela. Por otro lado, el meme 15 tiene el logo del supuesto autor en la esquina inferior izquierda, a manera de firma.

Tipo de narrativa a la que se recurre: Ambas son **transmedia** por permutación: En el meme 15 el referente es de la película *Diario de una Pasión* (2004). Sobre un hombre que le cuenta a una mujer con Alzheimer que se encuentra en el asilo la historia del amor de dos jóvenes. En el meme se permutan los subtítulos y diálogos originales, utilizando como referente a los personajes y la situación romántica.

En el meme 16 el referente narrativo es la película de *Avengers: Infinity War* (2018), en la cual el grupo de Avengers conformado por varios superhéroes —en este caso los personajes con los rostros de los futbolistas— luchan contra Thanos, sin éxito.

Para lograr el procedimiento cómico un recurso común del que echa mano el meme son las gramáticas de medios anteriores como es el comic, la fotonovela, el cine subtitulado, el libro, la pintura. Los subtítulos adaptados con las viñetas del cómic permiten contar la historia fácilmente. Por lo tanto, en algunos casos como el meme 14, las gramáticas en sí mismas son las que generan la comedia, mientras que en otros memes se utiliza la gramática sólo como forma de presentar la información y aprovechar la situación de oportunidad, un ejemplo de ello es la caricatura política digital del meme 12 o las viñetas y globos de diálogo del 13.

Similar al bloque pasado de memes sobre la visita a México de Donald Trump, los referentes narrativos transmediáticos son una estrategia para generar el procedimiento cómico por repetición de situaciones y frases. Estos referentes, como se muestra en ambos casos, van desde el libro de la Biblia hasta los sucesos de películas. Sin embargo, también la repetición se da a partir de la cultura popular y sus construcciones narrativas como es la mala suerte que supuestamente trae consigo el equipo del Cruz Azul en todos los eventos. Por otra parte, llama la atención cómo la página de depor.com incluye a la caricatura política digital como

parte de una evolución mediática que podría también considerarse como meme por su género cómico y por ser una imagen digital.

Tragedias percibidas a través de medios de comunicación masiva

Una de las tragedias que se hicieron saber en otras partes del país y del mundo gracias a los medios de comunicación masiva como extensión de los sentidos, fue el sismo del 19 de septiembre de 2017 que derivó en un desastre en la Ciudad de México. Parte de esta resonancia mediática se dio en Estados Unidos de América. Por otro lado se consideró el tiroteo en Las Vegas, Nevada, del 1 de octubre de 2017, que fue conocido en México también, gracias a los medios noticiosos masivos.

Aquí la situación de oportunidad surge de un acontecimiento que se da a conocer mediáticamente y que se presta para hacer memes llevándolo al género de la comedia por la lejanía del espacio geográfico o emocional atravesada, tal vez, por la confrontación geopolítica y cultural entre los dos países, así como el momento coyuntural en el que sucedió, con Donald Trump al frente. Esto implica que se dé una relajación de la moral con respecto a la tragedia.

La recopilación se hizo a través de la búsqueda de imágenes que fueran denominadas en Google como “meme *earthquake*” -meme temblor- generados entre el día 19 y 20 de septiembre de 2017 en páginas o blogs norteamericanos. Mientras que para la tragedia de Las Vegas, fueron memes que se distribuyeron en Whatsapp, conformando una selección de 4 memes.

Meme 17



“Cuando los memes del huracán se están haciendo aburridos, pero escuchas un sismo de 8.0 en México” [Traducción propia]

Procedimientos de la comedia: **Interferencia de series**, de situaciones independientes como son los huracanes y el terremoto como tragedias y que le suceden a ciertos habitantes de un espacio geográfico, seguramente alejado en cuestiones emocionales del usuario que creó el meme. Al mismo tiempo se juega con la **transposición del tono** solemne que representan estas tragedias para las sociedades que las vivieron y se modifica a un tono festivo con respecto al evento ocurrido. El meme se refiere como primer evento al huracán Irma que tocó Miami el 11 de septiembre de 2017 y al sismo del 19 de septiembre del mismo año. Para los creadores del meme estas noticias fueron una situación de oportunidad puramente mediática, mientras que para las personas que viven en Miami y en México no lo fue, ya que vivieron la tragedia de cerca.

Gramáticas mediáticas: **Adaptada**, en donde la gramática del meme está basada en un emoticón, que es una expresión propia de la mensajería instantánea, y el texto debajo en negro es el que describe y revela la intención de la imagen, a manera de acción de la expresión del emoticón.

Tipo de narrativa a la que se recurre: **Transmedia por adición**, ya que se utiliza no sólo la gramática de la mensajería instantánea a través del emoticón, sino que también estos se han convertido en personajes de este tipo de mensajería, incluso se realizó la película sobre emoticones titulada *Emoji: la película* (2017).

Meme 18



“El presidente de México está calmando a los americanos preocupados - que el terremoto de ayer no interrumpirá el flujo de cocaína a los Estados Unidos”
[Traducción propia]

Meme 19

Vamos a las Vegas



Yo disparo !!!

Procedimientos de la comedia: En el meme 18 se utiliza la **inversión de situación** para la economía mexicana y para los norteamericanos adictos a alguna droga. También juega con la transposición del lenguaje que transporta el tono solemne de los noticieros a uno más familiar. Sin embargo, echa mano de lo políticamente incorrecto. Es agudo en realizar una crítica respecto al tema de codependencia política y económica entre Estados Unidos y México, así como el resultado de la crisis social en ambos países.

En el meme 19 el procedimiento cómico se da por la **inversión en el lenguaje** mismo. Lo cómico se crea con la polisemia de la palabra “disparo”, entendida como accionar un arma para que salga el proyectil y la frase comúnmente utilizada en México que se utiliza para decir que uno paga la cuenta. El juego con la fotografía se da porque el rostro que aparece en ella es Stephen Paddock, el hombre que realizó los disparos en la masacre de Las Vegas. El juego del lenguaje se refuerza con la fama que tiene dicho lugar como centro turístico de casinos, apuestas y espectáculos.

Gramáticas mediáticas: Ambas son **específicas** del meme, pues incluye una fotografía y dentro o fuera de la imagen se encuentra superpuesto en color blanco o negro el texto. Éste está en primera instancia distribuido arriba, que es el

encargado de generar el contexto de la narración y abajo, con el que se busca hacer el remate de la situación de comedia. En los dos casos el texto completa la información de la imagen formando parte de la acción de la fotografía.

Tipo de narrativa a la que se recurre: En el meme 18 es a partir de la **transmedia por permutación** de la situación de la película *El reportero: la leyenda de Ron Burgundy*, del año 2004, en la cual el reportero estrella, que es el que se muestra en el meme, lucha para consolidarse como tal a lo largo de la película. Dicho filme se caracteriza por ser una comedia. Mientras que en el meme 19 es de carácter **original**, ya que se recurre a la propia situación de oportunidad mediática como referencia narrativa. Por otro lado, también se hace un vínculo con la fama que tiene Las Vegas en la cultura popular como un lugar turístico de juego y diversión. El meme no tendría la misma narrativa si el tiroteo hubiera sido en alguna ciudad no turística.

Meme 20



Procedimientos de la comedia: Por **repetición** de las situaciones y misiones que se les dan a los personajes principales del videojuego bélico *Call of Duty*, y que se puede comparar con la situación de la masacre que se dio en Las Vegas por parte del asesino Stephen Paddock, que estaba en la habitación de un hotel con un arsenal y desde el cual disparó desde la ventana a los asistentes a un concierto de country.

Gramáticas mediáticas: **Adaptada** de una portada de videojuego, donde se muestra el texto con su nombre y al personaje principal. En la imagen inferior se ve un arma en primer plano a manera de una toma que simula la perspectiva en primera persona, a manera de la gramática de los videojuegos bélicos. Se hace uso de las viñetas para lograr comunicar la idea de repetición.

Tipo de narrativa a la que se recurre: **Transmedia** por transposición, ya que se compara la tragedia vivida en Las Vegas con la serie de videojuegos en primera persona llamados *Call of Duty* creada por Ben Chichoski, desarrollada principal e inicialmente por *Infinity Ward*. La serie de videojuegos inicialmente fue desarrollada para computadora personal, ahora es parte de los juegos de videoconsolas de sexta y séptima generación. Originalmente se ambientaba en la Segunda Guerra Mundial, relatando personajes y combates sucedidos durante dicho conflicto bélico. Esto fue cambiando hasta la actualidad, donde los argumentos suceden en ambientes contemporáneos y ficticios.

La moral de la comedia tiene una relación directa con la lejanía, tanto geográfica como de afectación del evento en el sentido emocional y cultural; es decir, se decide poner en acción la interfaz del meme cuando no afecta a los usuarios, no les duele, no molesta moralmente y se puede tomar a la ligera; es decir, que en el meme hay diversas morales según el contexto en el que se produce y se difunde, por lo tanto la geografía y cercanía con ciertas comunidades o públicos unidos espiritualmente, diría Tarde (2003), sigue siendo un factor clave. Son tragedias matizadas por la distancia y eso las vuelve un detonador que habilita la comedia.

Podemos apreciar que los referentes narrativos tienen una inspiración original, porque recurren a la situación de oportunidad o a la cultura popular u ordinaria para desarrollar el meme. En cuanto a la gramática, se puede ver un patrón en la forma original, en la cual se menciona el contexto del procedimiento de la comedia en el texto colocado en la parte superior, generando la tensión al ver la imagen y posteriormente llegar a la lectura del texto de la parte inferior.

Personajes o narrativas a partir de la misma cultura del meme

Están construidas dando a conocer la situación a través de dicha herramienta de comunicación. Son materializaciones complejas que hablan de las mismas narrativas del meme de manera autopoiética. Se les puede considerar metamemes, ya que la situación nace de ellos mismos. Un ejemplo son los memes que se les han hecho a políticos, cuando han intentado prohibir los memes. En este rubro se analizó un meme que fue del blog que se llama *Lo más gracioso y nuevo de Internet*¹⁶.

Meme 21



Procedimientos de la comedia: **Repetición** de la situación que le sucede a este personaje, *Bad Luck Brian*, conocido por su mala suerte dentro de la narrativa de los memes. De esta manera una y otra vez se perpetúa la situación. También en este meme el procedimiento de la comedia se presenta con una **inversión**, ya que como víctima del destino quiere revertir su estigma, estando orgulloso de ser un meme, poniéndose una camiseta de él mismo, y aún así no lo logra.

Gramáticas mediáticas: Es **específica** del meme, se muestra una fotografía y superpuesto en primer plano se encuentra el texto con letras blancas dentro de la imagen. En la parte superior el texto describe la imagen dándole un contexto,

¹⁶ <https://nuevoydivertido.net/2013/12/y-lo-demandan-por-derechos-de-autor.html>

mientras que el texto de la parte inferior hace la tarea de remate. El texto es descriptivo de la fotografía y se presenta en primer plano.

Tipo de narrativa a la que se recurre: **Mediática**, ya que es una narrativa extendida de la historia del personaje *Bad luck Brian*, que nacen y se fortalece en el meme, al cual siempre le sucede lo peor como parte de un destino que no puede cambiar, por lo que nunca sale adelante de aquellas misiones que se plantea.

Hay un vínculo entre la dimensión del género de la comedia, en su categoría de repetición y la de los referentes narrativos transmedia, así como mediáticos, ya que en la mayoría de las ocasiones se tiene que conocer la situación y los personajes a los que se hace referencia para que suceda dicho procedimiento de la comedia. Sin embargo, se puede dar la repetición sin que necesariamente sea el referente narrativo del tipo transmediático o mediático. Por otra parte, hay memes con más de un procedimiento cómico y tienen la característica de jugar con los diversos elementos de la gramática con los que cuenta un meme, así como con las metarrealidades, tanto de la narrativa, como de la situación de oportunidad, siendo estos los que cuentan con una forma de comedia más compleja y elaborada.

Como podemos apreciar, la situación de oportunidad mediática es variada y no importa a partir de qué medio o tecnología la perciba el usuario. Puede ser la radio, la televisión, la prensa impresa o un blog digital, lo relevante es la forma en la que funcionan como extensión del cuerpo. Este tipo de situación de oportunidad mediática impacta al cerebro y a las emociones, ante las cuales surge la necesidad de poner en acción la interfaz del meme con la finalidad de generar, consumir y distribuir su materialización. El poner en acción la interfaz es parte de lo que los usuarios hacen con la tecnología que tienen a la mano en su ambiente mediático, con base en su momento histórico.

Matriz aplicada al corpus de memes con situaciones de oportunidad que parten de vivencias directas

Las situaciones de oportunidad a las que recurren los usuarios de la interfaz del meme para producir la situación de comedia están también basadas en vivencias que son percibidas por su cuerpo sin intermediarios tecnológicos. Son situaciones de la vida cotidiana que suceden frecuentemente como parte de una experiencia en primera persona pero compartida con muchos. Para llevar a cabo un análisis de estas situaciones de oportunidad que ponen en acción a la interfaz del meme en ocasiones específicas se presenta una taxonomía de su uso de forma exploratoria, dividida en 5 grupos que hacen un total de 12 memes a analizar.

Respuestas personales

Son memes que se utilizan como respuestas dentro de la interacción que se da en una plática, ya sea en un chat o en comentarios de medios conectivos, muchas veces a manera de emoticones o *stickers*, pero con frases y fotografías ya hechas. La imagen completa del meme es respetada, sin recortar la silueta, a diferencia de los *stickers* que podría considerarse su evolución, en la que se rompe con la gramática visual cuadrada de la imagen y los límites están formados por la silueta del personaje y del texto de remate de forma ceñida. Se presenta un meme que fue recuperado de una charla de Facebook, derivada de una publicación con respecto a temas personales.

Meme 22



Procedimientos de la comedia: Se da por **repetición** de la frase “Mmm no lo sé Rick, Parece falso!” del programa El precio de la historia. Esta frase se ha vuelto característica y se utiliza una y otra vez cuando los usuarios no están convencidos de algo, dentro del programa es central ya que se dice en muchos de sus capítulos y justamente los protagonistas buscan saber si los objetos que les llevan a la casa de empeños tienen un gran valor al ser reales o copias.

Gramáticas mediáticas: **Específica** ya que presenta la fotografía digital con texto en primer plano de color blanco, la diferencia es que en este caso el contexto lo da la charla externa al meme, que es la que pone en acción a la interfaz y éste sólo lleva a cabo el remate de la comedia. Por tal motivo sólo aparece en la parte inferior el texto. Resulta interesante resaltar que de esta imagen ya se han creado *stickers* para Whatsapp.

Tipo de narrativa a la que se recurre: Es **transmedia**, ya que a pesar de que no modifica ni extiende la historia, la utiliza como referente. La frase original es del programa de televisión El Precio de la historia, transmitido en México por el canal de paga *History Channel* que trata sobre una casa de empeños en Las Vegas llamada *Gold & Silver Pawn Shop*. A lo largo de los capítulos se muestran las interacciones de uno de los dueños, Rick Harrison, con uno de sus empleados, Austin Russell. Los clientes llegan a la tienda con gran variedad de objetos para vender y defienden el precio a partir de su trasfondo histórico. En el doblaje mexicano una de las frases más utilizada a lo largo de la serie es “Mmm... no lo sé Rick, parece falso”.

Situaciones en el trabajo o escuela

Estos memes corresponden a vivencias que se comparten con los colegas que tienen la misma profesión u oficio. Este análisis muestra dos casos: el primero tiene que ver con las experiencias del docente. Al respecto se analiza un meme que forma parte de una serie de éstos, los cuales se compartieron por Whatsapp en un grupo de profesores de licenciatura de la Universidad del Valle de México. El segundo se

asocia con la conclusión de tesis, estos dos memes fueron recopilados de Google bajo la búsqueda de “memes tesis”.

Meme 23



Procedimientos de la comedia: Por **inversión**, ya que la situación se vuelca en contra del receptor a partir de su trabajo. También se presenta una **repetición** como procedimiento de la comedia a partir de la expresión visual de la situación emocional expresada en el lenguaje corporal del bufón en la pintura, muy similar a la que los profesores llegamos a adoptar en esa misma situación.

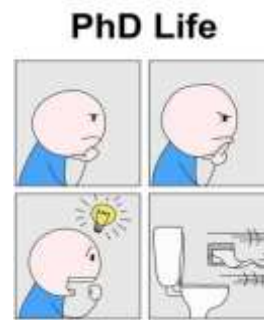
Gramáticas mediáticas: **Adaptada** de la pintura (óleo sobre lienzo), que se conjunta con un pie de imagen característica de textos impresos en los que la gramática acostumbra describir la imagen para entender su sentido.

Tipo de narrativa a la que se recurre: **Transmedia** por adición en donde se ocupa la obra titulada *Stańczyk* de Jan Matejko, un óleo sobre lienzo, de 88 x 120 cm pintada en 1862. Actualmente se encuentra en el Museo Narodowe en Varsovia, Polonia. En la pintura el foco de atención está en el contraste entre el bufón de la corte, Stańczyk, y el baile que se está llevando a cabo detrás de él.

Meme 24



Meme 25



“Vida de doctorado” [Traducción propia]

Procedimientos de la comedia: En el meme 24 es de **Interferencia de series**, ya que se relata como el personaje principal, es decir el lector intenta cumplir una misión en la que se le presentan constantes dificultades, como son las críticas invariables que se le hace a un trabajo de tesis. A pesar de todos los esfuerzos no logrará cumplir su misión, porque la tesis no concluye ni aporta nada. De esta forma el tesista sólo conoce un aspecto de la situación en la cual nunca cumple su meta.

Mientras que en el meme 25 el procedimiento de la comedia se da a partir de la **repetición** que se sugiere en el título, con el cual afirma que durante el doctorado la situación de vida descrita en las viñetas es parte reiterada de la generación de conocimiento. Por lo que lo describe como un estilo de vida, que se repite constantemente.

Gramáticas mediáticas: Ambas gramáticas son **importadas**. La del meme 24 de una publicación de twitter, en la que se sacó una captura de pantalla para difundirla como meme por su carga de comedia, así como de brevedad; y la del meme 25 es importada del cómic, por la narración del relato a partir viñetas, y en donde el título ubicado en la parte superior describe la serie de ilustraciones, dándoles un sentido.

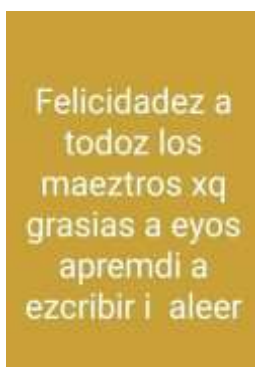
Tipo de narrativa a la que se recurre: En ambos casos es **original**, ya que no retoman como referencia ninguna situación o personajes mediáticos del meme, ni transmediática; es decir, de otros medios. Se inspira en la experiencia de vida del doctorando mientras realiza su tesis como situación particular.

Estos tres memes muestran la diversidad de gramáticas a las que pueden recurrir los usuarios para poner en acción a la interfaz del meme. A partir de ellos vemos como el meme permite hacer una recopilación de diversas tecnologías para relatar situaciones de la vida cotidiana, conformadas por la actividad a la que las personas se dedican.

Días festivos y celebraciones culturales

Los memes de días festivos fueron recopilados de Google. En ambos casos se presentan la experiencia de vivir dichos rituales tiene que ver con la forma directa de experimentarlos. Los dos primeros memes son sobre el día del maestro y se recuperan de la búsqueda 'memes día del maestro', mientras que el de Semana Santa se recupera de la búsqueda 'memes Semana Santa'.

Meme 26



Meme 27



Procedimientos de la comedia: En ambos memes la situación de comedia se da por el **lenguaje** a través de la **inversión**. En el meme 26 el texto presenta errores de ortografía, los cuales como parte del trabajo de los profesores es su labor corregir como parte de enseñar a leer y escribir a sus alumnos. La comedia se da a partir de la rigidez del lenguaje escrito y la forma en la que se rompe a partir de la distracción que se genera por la mala ortografía.

En el meme 27 la inversión se da con los diversos sentidos que tiene la palabra 'enseñar'. Uno de ellos tiene que ver con el proceso de enseñanza-aprendizaje, y el otro con el de mostrar para observar.

Gramáticas mediáticas: La gramática del meme 26 es **adaptada** de aquella de una nota o cartel en donde el texto se despliega a lo largo de toda la imagen y en primer plano, siendo las palabras lo único y lo principal sobrepuesta en un fondo mostaza. Mientras que el del meme 27 es **específica**, al mantener el orden de la información y de los elementos de manera característica del meme. Se presenta una fotografía con texto blanco en primer plano. El de arriba funciona para dar contexto y el texto de abajo hace el remate de la situación de comedia con el juego de palabras una vez que se ha visto la imagen.

Tipo de narrativa a la que se recurre: Ambas son **originales**, ya que no hacen referencia a ninguna situación o personaje de algún otro meme, ni de otros medios de comunicación. Recurre a la misma situación de oportunidad para generar la comedia basada en las reglas ortográficas comúnmente conocidas por los alfabetizados y la polisemia en yuxtaposición con una fotografía.

Meme 28



Procedimientos de la comedia: El ingenio es el que genera el procedimiento cómico de **inversión** y se encuentra en la fotografía que hace parecer el corte de la carne de res a pescados. Esto porque la carne de este origen es uno de los alimentos que, según la tradición cristiana, no se debe de consumir en esas fechas de cuaresma. De esta manera el creador, que se intuye es un amante de la carne de res, le da la vuelta, escapándose a la imposición religiosa.

Tipo de narrativa a la que se recurre: La narrativa es **original**, pues el texto y la foto fueron especialmente creados para realizar ese meme, sin hacer referencia a alguna situación o personaje en específico. Solamente se hace referencia al ritual religioso de cuaresma, el cual es una experiencia que el usuario experimenta impulsando la creación del meme.

Vida cotidiana (amor, dinero, filosofía de vida, posturas frente a vivencias, dietas, situaciones diarias)

Meme 29



Meme 30



Procedimientos de la comedia: En el meme 29 se utiliza la **inversión** para generar la situación de comedia al revertir la situación del victimario —el policía— que ejerce el poder vigilando y reprimiendo, mientras las víctimas —los presos— le dan la vuelta a través de hacerlo vulnerable con la desnudez y el cambio de género, feminizándolo a partir de un dibujo con tacones, las piernas abiertas y una tanga. A manera de moraleja el meme propone darle la ‘vuelta’ a la situación.

En el meme 30 el procedimiento de la comedia se da por **repetición del lenguaje** en una regla de transposición en donde a la frase de tono solemne —la que está escrita con letras negras—, le continúa un tono más familiar, para hacer el remate, que es el texto de letras rojas. Por otro lado, se ocupa la repetición de las situaciones en donde se presenta en primer lugar la adicción al cigarro y en segundo al pan dulce, que socialmente no es considerado un vicio, pero sí se asocia a la obesidad y como uno de los retos que representa hacer dieta.

Gramáticas mediáticas: En ambos memes la gramática es **adaptada**. En el número 29 la imagen es una caricatura ilustrada, propia de medios impresos. También añade la gramática de publicaciones de medios conectivos en donde el texto descriptivo se coloca en la parte superior externa de la imagen, junto con emoticones. En el meme 30 se presentan palabras escritas a manera de una nota en la que el texto ocupa la mayor parte del espacio de la materialización. Es similar a la presentación que tiene la redacción de los libros de chistes. El contexto del relato está escrito en negro y el remate de la comedia en rojo. Como producto de estos dos elementos gramaticales el texto en sí mismo es la acción relatada. Asimismo, en la esquina inferior derecha un logo amarillo con letras negras a manera de firma, que retoma la gramática establecida por la pintura, advirtiendo al usuario que es a partir de esa seña la forma de identificar la autoría de la materialización, ya sea un grupo de memeros o una persona en específico.

Tipo de narrativa a la que se recurre: La narrativa de los dos memes es **original**, no se hace referencia a ninguna situación o personaje conocido mediática o transmediáticamente. Por lo tanto, los personajes y situaciones son propios del relato y ellos mismos son lo que generan la situación de la comedia, la cual también

es original de la materialización, ya sea al realizar un dibujo en la puerta interior de la celda o a partir del conocimiento popular de que el cigarro es altamente adictivo. Por lo que se hace referencia a esa situación para compararla con dejar el pan dulce, que también, en dicho conocimiento, se sabe que es un alimento que se tiene que dejar de consumir en las dietas.

Meme 31

Pin y aprieta el verde por favor



Procedimientos de la comedia: Por **repetición** a través de la transposición de tonos solemnes a familiares gracias a la yuxtaposición del texto superior y la edición digital que se hace de la imagen original. Se repite la posición del cuerpo de ambos personajes en la vida cotidiana en una situación de pago con tarjeta en las terminales móviles que solicitan una contraseña numérica para realizar la transacción. Usualmente la persona que cobra le acerca al cliente la terminal inalámbrica y voltea la cara para dar privacidad al cliente para que digite su clave.

Gramáticas mediáticas: La gramática es **adaptada** de la pintura y los medios conectivos, en donde el texto, que en este caso conforma la acción a manera de diálogo, se presenta en la parte superior con letras negras y fuera de la imagen.

Tipo de narrativa a la que se recurre: **Transmedia por adición**, ya que la imagen es retomada de *La creación de Adán*, un fresco que se encuentra en el techo de la Capilla Sixtina, ubicada en el Vaticano. Fue pintado por Miguel Ángel alrededor del año 1511. Ilustra el episodio bíblico del Génesis en el cual Dios le da vida a Adán, el primer hombre. Esta referencia vuelve a la imagen transmediática, pues el fresco utiliza referentes del relato del libro de la Biblia. A la imagen se le añadió una

terminal para cobro de tarjeta de crédito o débito y el texto para generar la situación de comedia, por ese motivo es transmedia por adición.

Meme 32



Procedimientos de la comedia: El procedimiento cómico es a partir de la **repetición** basada en la situación que le sucede al personaje de los memes *Bad Luck Brian*. Dicho personaje, tome la elección que sea o lleve a cabo cualquier acción, siempre le saldrán mal las cosas. En este caso el alumno que responde el examen le pone una nota al profesor con la idea de corregir su error, pero en realidad cae en una elección errada con dicha acción, por lo que tiene la respuesta mal a partir de esa nota en el examen. Por otra parte, la propia situación bajo la que está construido *Bad Luck Brian* es de interferencia de series, en la que el personaje es víctima del destino haga lo que haga.

Gramáticas mediáticas: **Adaptada**, en donde se fotografía un texto escrito a mano en papel y tinta, que a manera de viñetas se le añade la fotografía del personaje famoso de un meme —*Bad Luck Brian*—. Resulta característico de este meme en la parte superior el uso del papel y la tinta en una gramática de examen ya corregido.

Éste fue parcialmente digitalizado, sin embargo se comprende muy bien el relato, además de que esa gramática de examen es parte medular del meme. Por lo que la combinación de medios digitalizados para hacer un meme resulta bastante rica.

Tipo de narrativa a la que se recurre: El referente es **mediático**, pues se hace la referencia al personaje nacido de los memes *Bad Luck Brian* y su situación, en la que su mala suerte y errores lo persiguen haga lo que haga. A través del mismo medio se extiende este referente narrativo para mostrar situaciones similares una y otra vez.

Estos memes son de temáticas tan variadas como la vida misma. Hablan de cosas tan simples pero que le han sucedido a la mayoría de los usuarios o que es tan increíble que sucedan que llegan al absurdo y generan el procedimiento cómico al ser verdaderas. Este tipo de memes no tienen un tiempo o época determinada de distribución que establezca la puesta en acción de la interfaz, siempre son pertinentes para generar la situación de comedia.

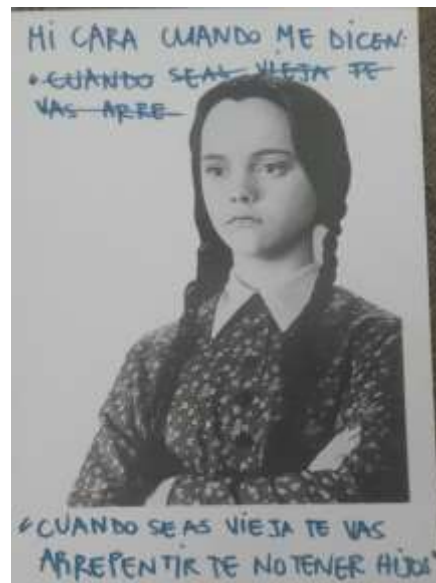
Los memes ideológicos

Estos memes buscan ser un medio para la comunicación de perspectivas de vida que expresan los intereses, así como opiniones de cierto grupo o institución. Esto va generando y reforzando la identidad de dicho grupo que coordina sus prácticas sociales, impactando en lo que piensan y hacen las personas. Así se establece un vínculo de coherencia que los hace juzgar lo que es erróneo o correcto (Van Dijk, 1996). Por lo tanto, la ideología y la comedia, al conjuntarse, expresan las formas de interacción de determinado grupo social a manera de opinión, evidenciando lo que se padece al pertenecer a dicha identidad. Al mismo tiempo, tiene una función discursiva que expresa los modos mentales y las representaciones sociales mediante las estructuras del texto. La recolección de estos dos memes se realizó con base en la búsqueda en Twitter de memes feministas, así como en Facebook, arrojando perfiles de colectivas que se autodenominan feministas como también antifeministas.

Meme 33



Meme 34



Procedimientos de la comedia: En ambos se da la **repetición**, sin embargo, en el meme 33 es a partir de la situación y frases de la película *Avengers: Infinity War* (2018), en donde se le pregunta al personaje de Doctor Strange, que puede ver los futuros posibles, en cual ganan la batalla contra el villano de la película, Thanos. La situación es similar a la que se da con la batalla de las minorías y la diversidad de identidades sexuales por utilizar un lenguaje inclusivo. También existe la interferencia de series a partir de la frase del meme, ya que 'se haga lo que se haga', a través del lenguaje las personas que luchan por la inclusión en el lenguaje no lograrán cambiar nada y seguirán viviendo de manera discriminada.

En el meme 34 la **repetición es en el lenguaje** al llevar a cabo un transporte de tonos, ya que de la frase que usualmente busca ofender a una mujer a partir de la idea de no tener hijos genera una indiferencia expresada en el rostro de la niña que aparece en la foto. Esto es parte de la crítica a situaciones personales que viven ciertas mujeres que no desean ser madres, y que representa una lucha activista feminista de romper el *status quo* de ser mujer.

Gramáticas mediáticas: En el meme 33 vemos una gramática **adaptada**, pues utiliza las viñetas del cómic a partir de los tres cuadros que presenta, así como la gramática de la película subtitulada, mostrando los diálogos superpuestos en la parte inferior

de cada una de las imágenes que son los que relatan la situación como parte de la acción que se lleva a cabo. La firma del grupo creador del meme se muestra en primer plano en la esquina superior derecha a manera de logotipo, con la leyenda: “La batalla antifeminista”, retomado de la publicidad.

En el meme 34 la gramática es **específica** al ser propia del meme, a pesar de que sus recursos no son digitales cien por ciento, ya que la tecnología que se utiliza para realizarlo es análoga con la impresión de foto en papel con tinta a blanco y negro, así como el texto manuscrito con plumón azul arriba, que es el que da el contexto, y el de abajo es el encargado de hacer el remate junto con la imagen del rostro expresivo-inexpresivo de la niña. Es de llamar la atención que como distracción la creadora había originalmente colocado en la parte superior el remate del procedimiento cómico, por lo que ésta se encuentra tachado, para posteriormente ser colocado en la parte inferior de la imagen, lo cual nos habla de esa gramática propia del meme y que sin importar la digitalización o no, éste ya está generalizado cómo tal. Por otra parte, es importante resaltar que a pesar de su creación mixta, para su distribución en medios conectivos el meme de creación original análoga tuvo que ser digitalizado a través de una fotografía.

Tipo de narrativa a la que se recurre: Ambos son **transmedia**, pero el 33 es por **permutación**: El referente es la película de *Avengers: Infinity War* (2018), basada en el equipo de superhéroes del Universo Marvel Comics, en la cual se narra cómo Los Vengadores y los Guardianes de la Galaxia intentan evitar que Thanos obtenga las poderosas Gemas del Infinito que le dan poder absoluto. El plan de Thanos es matar a la mitad de la población mundial para así evitar la escasez de recursos y lograr una vida mejor para todos. En la batalla más importante de la película los superhéroes le preguntan a Doctor Strange, ya que tiene poderes de clarividencia, qué posibilidades tienen de ganar la batalla más importante de la película, y les responde que de los 14,000, 605 sólo en uno hay posibilidades.

En el meme 34 la transmedia se da por **adición**, ya que se retoma al personaje de la película *La Familia Addams* (1991), llamado Merlina, hija mayor de Morticia y

Homero Addams, quien se caracteriza por ser una niña poco empática emocionalmente, fría, inteligente y astuta, como ventajas de su personalidad.

Como podemos ver en este grupo de memes, se hacen uso de las experiencias que se viven en primera persona, para así expresar la carga ideológica de la perspectiva del mundo que tiene el creador del meme. Este contenido difundido a través del meme, como herramienta de comunicación, puede convertirse fácilmente en una estrategia propagandística para cuestionar o difundir una determinada ideología.

Este segmento del corpus de memes tiene por vínculo aquellas situaciones de oportunidad directas vividas a partir de los sentidos y como parte de las circunstancias que va presentando la vida de forma presencial a los usuarios, sin intermediarios tecnológicos. Se pueden encontrar memes que hacen uso en sus gramáticas de estructuras mediáticas ricas, que van desde la fotografía digitalizada impresa, las viñetas, los subtítulos, los emoticones, las fotografías tomadas con intención de hacer memes, las pinturas al óleo, los murales, la caricatura, el texto en forma de publicación de Twitter, o un simple texto con colores de fondo.

De esta manera se hace evidente cómo “el éxito de las formas de entretenimiento está en saber compartir un código común en torno a escenas costumbristas. Dar las instrucciones adecuadas para prevenir determinadas actuaciones, reconocer arquetipos y tipologías de actores” (Magallón, 2008, p. 4). Todas estas gramáticas adaptadas de otros medios, las cuales ya sabemos leer, en conjunto con las propias del meme, hacen una tipología y le dan sustento al meme dentro de la ecología mediática. Se conforma por la expresión estética visual a partir de una imagen, con texto o sin él, y un procedimiento de comedia, convirtiéndose los memes en materializaciones que evidencian los espacios de interacción que se generan al poner en marcha una interfaz.

Esas fronteras conforman lo que le da sentido al meme, y lo que lo diferencia de cualquier otra especie mediática. Así vemos que esos espacios son creados a partir de lo que sucede en la vida cotidiana, en conjunto con la creatividad, y aquello que permiten hacer las tecnologías de la comunicación a los usuarios. A pesar de estos

espacios lúdicos y maleables también existen límites muy concretos y bien definidos en la puesta en acción de la interfaz del meme.

Matriz aplicada al corpus de memes con situaciones de oportunidad que parten de vivencias mixtas

En este tipo de situaciones, la oportunidad se da a partir de lo que se vive y de lo que se ve mediáticamente. Usualmente son situaciones que envuelven por completo los sentidos de forma directa vivencial y a través de la tecnología, como extensión de ellas, dominando así el pensamiento de una comunidad. De tal suerte que hay una explosión de creatividad y productos comunicativos al respecto en un tiempo determinado, los cuales a manera de oscilaciones surgen creando grandes movimientos, hasta apagarse teniendo esporádicamente pequeñas apariciones.

A continuación se han elegido tres casos de este tipo de situaciones de oportunidad que explotan lo cómico y al mismo tiempo se suben a la ola de la tendencia de los temas de las agendas, tanto mediáticas como ciudadanas a partir de 12 memes seleccionados para su análisis.

Sismo 19 de septiembre de 2017 Ciudad de México

El primer caso es con respecto al sismo del 19 de septiembre de 2017 (19S) que sucedió en la Ciudad de México como situación de oportunidad, ya que tanto la agenda mediática como la ciudadana y personal estaban volcadas en este tema. Para elegir los cuatro memes a analizar se tomó en cuenta aquellas publicaciones de Facebook y Twitter en las que se advirtiera que la imagen que se estaba subiendo era un “meme” del sismo, durante el periodo entre el 19 y el 30 de septiembre del 2017.

Meme 35



Procedimientos de la comedia: Se recurre a dos procedimientos: en primer lugar está la **interferencia de series**, en donde la bola de nieve y el equívoco del personaje principal –el receptor- es mostrado al público a partir de las pocas posibilidades que tiene de ser atractivo para la chica que le gusta y lograr su meta. A través de una bola de nieve se van dando ejemplificaciones constantes de perros de raza y entrenados, para ubicar al receptor en la situación de desventaja en la que se encuentra, logrando así el remate de la comedia.

Por otro lado se da la repetición, ya que dentro de la cultura del meme es conocida dicha situación que resulta en comedia, como se ve en la Figura 24.

Figura 24. La que te gusta... y tú



Gramáticas mediáticas: La gramática es de **adaptación**, ya que utiliza viñetas provenientes del cómic, acompañadas cada una por un título de imagen, encargado de delimitar la interpretación y darle un sentido. Las viñetas están conformadas por

distintas fotografías, como es su momento lo utilizaron las fotonovelas para realizar un relato.

Tipo de narrativa a la que se recurre: **Transmedia por permutación** ya que posterior al 19S los noticieros televisivos llenaron sus agendas con reportajes y notas sobre los perros rescatistas entrenados para introducirse entre los escombros de los edificios colapsados para salvar a las personas atrapadas que posiblemente estuvieran con vida. Sobre todo se hablaba de Frida, considerada una heroína de entre todos los perros de rescate que trabajan en esta labor.

Por otro lado, hay una narrativa **mediática**. Ésta tiene que ver con el uso del personaje conocido como “Chilaquil”, que surge a partir de la página de Facebook llamada “El Rincón de la curiosidad”, en donde se subió la imagen de un perro WolfDog junto con un texto en el cual se advertía que este tipo de animales sólo “están permitidos en algunos estados de América del Norte”. A este comentario un usuario de la red social compartió la foto de un perro con mandíbula, colmillos y orejas pronunciadas, al que llamó Chilaquil, afirmando que era suyo y haciendo mofa de que él era una cruce de dos perros “corrientes”. De ahí la fotografía fue utilizada en diversos memes, volviéndose Chilaquil un personaje dentro de los medios conectivos con connotaciones de fealdad.

Meme 36



Procedimientos de la comedia: La situación cómica se genera a partir de la **Interferencia** de dos ideas que se encuentran en la misma frase, provocando la comedia **a través del lenguaje** con el uso de dos palabras que sólo tienen una letra de diferencia, lo que hace que su sentido sea, hasta cierto punto, opuesto. Desde esta perspectiva ‘peda’ entendida como borrachera, que tiene que ver con un ánimo del disfrute, la alegría y celebración. Mientras que “pedos” tiene la connotación contextual de dificultades y problemas. El juego del lenguaje resulta por la fonética al pronunciar ambas palabras: ‘pedas’ —borracheras—; ‘pedos’ —problemas—.

Gramáticas mediáticas: **Adaptada** de las viñetas, en las que se utilizan fotografías para llevar a cabo una narración, de manera yuxtapuesta, en conjunto con los títulos de las imágenes que llevan a cabo la descripción.

Tipo de narrativa a la que se recurre: El tipo de narrativa es **original** ya que no recurre a situaciones o personajes de otros medios o de los mismos memes, sólo utiliza como referentes ciertos elementos culturales como el sombrero con la leyenda de “México”, así un grupo de personas sonrientes en lo que parece una celebración por el aniversario de la Independencia de México y que usualmente se lleva a cabo en la explanada de alguna plaza de gobierno de la República Mexicana, en la que se aprecia gran cantidad de personas.

Meme 37



Procedimientos de la comedia: El procedimiento cómico se da por **repetición** de las circunstancias de uno de los capítulos de la caricatura televisiva *Los Simpsons*. Éste trata sobre la historia de un supuesto niño que se ha caído a un pozo, poniendo en alerta a toda la comunidad, cuando sólo era un radio intercomunicador que Bart dejó

caer a dicho pozo. Esto fue algo similar a lo que se vivió el 19S en la escuela primaria Enrique Rébsamen, en donde se hablaba de una niña llamada Frida Sofía, la cual supuestamente estaba entre los escombros. El suceso, al igual que el de *Los Simpsons*, tuvo un impacto mediático muy fuerte.

También se hace evidente la **transposición** como procedimiento cómico, ya que se juega con el tono de solemnidad de la cobertura mediática en la Escuela Rébsamen, transportándolo a lo familiar a través de *Los Simpsons*.

Gramáticas mediáticas: La gramática que se observa en este meme es **importada** de las notas informativas de noticieros televisivos, ya que presenta la caricatura de fondo, como contexto de la noticia y evidencia de la noticia, mientras que a través de la fotografía superpuesta en primer plano, se ve al reportero narrando lo sucedido. Aunado a esto, se puede ver el logotipo de la televisora en la esquina superior derecha a manera de exclusividad de la nota.

Tipo de narrativa a la que se recurre: El referente **transmedia** es por permutación: La imagen del fondo es de la caricatura de *Los Simpsons*, correspondiente al capítulo titulado *Radio Bart*, perteneciente a la tercera temporada, emitido originalmente el 9 de enero de 1992. La trama se desarrolla en torno a Bart que tira un radio intercomunicador en un pozo. A través de él pide ayuda y dice que es un niño que se cayó dentro de dicho agujero, por lo que se le dificulta salir. Con esta broma moviliza a toda la ciudad de Springfield para su rescate. En este contexto, se hace referencia a este capítulo de *Los Simpsons* como analogía de la situación, a través de colocar en primer plano la imagen de la reportera de noticieros Televisa que cubrió la nota sobre la supuesta niña que estaba atrapada entre los escombros y que al final se descubrió que no existía.

Meme 38



Procedimientos de la comedia: Se da por **inversión de la situación**. En donde se le da la vuelta a la circunstancia a partir de la astucia frente a un sismo que puede causar un derrumbe, sobre todo por el miedo generalizado de las réplicas del sismo que pudiera haber. De tal forma, al dormir con croquetas en los bolsillos del pijama se pretende que eso llame la atención del olfato de los perros rescatistas de forma más rápida de lo normal y así estar menos tiempo entre los escombros.

Gramáticas mediáticas: Es **adaptada** de las publicaciones de medios conectivos a partir de la fotografía con un texto en la parte superior con fondo blanco y letras negras en forma yuxtapuesta con la imagen. La finalidad de dicho texto es descriptivo de la imagen, cerrando la interpretación de ésta, e incluso detallándola para darle sentido.

Tipo de narrativa a la que se recurre: El referente narrativo es **original**, ya que el relato se forma a partir de la propia situación de oportunidad mixta, en su faceta de vivencia directa. El miedo que genera la posibilidad de un derrumbe de la construcción a partir de una réplica sísmica y la posibilidad de ser rescatado por los perros entrenados para dicha finalidad.

En este conjunto de memes que se generaron a partir del sismo del 19S, resultado de una situación de oportunidad mixta, se pueden apreciar dos distintos ejes. El

primero tiene que ver con los temas mediáticos, sobre todo con respecto a los perros rescatistas y en especial a la perra rescatista Frida, que se volvió un personaje mediático como lo muestra el meme 35 o el meme 37, que genera crítica e indignación frente a la mentira mediática de la supuesta niña que se encontraba en los escombros del Colegio Enrique Rébsamen. El segundo eje tiene que ver con lo personal y la vida cotidiana, como son las emociones. En este caso se hace evidente el miedo que sentía gran parte de la población, resultado de las secuelas psicológicas que deja un evento como un sismo tan fuerte y sus posibles réplicas, como se aprecia en el meme 38. Adicionalmente, en estas situaciones de crisis los memes también tienen una función de cohesión social y son parte de la resiliencia. Esto se puede apreciar en el meme 36 donde se apela a la identidad nacional para enaltecer la solidaridad en momentos difíciles a través del procedimiento de la comedia desde la interferencia en el lenguaje.

El gasolinazo

El segundo evento que se presenta como una situación de oportunidad mixta es el desabasto de gasolina que se dio del 8 al 21 de enero de 2019, resultado de una auditoria que se llevó a cabo por parte del gobierno federal para verificar las cuentas que entrega PEMEX e identificar el robo de gasolina. Esto llevó a que los consumidores en todo el país tuvieran que hacer largas filas para comprar gasolina. Los cuatro memes que a continuación se presentan fueron elegidos de memes que llegaban por Whatsapp a la investigadora en grupos de compañeros de trabajo y familiares.

Meme 39



Meme 40

— "Se acabó?"
— ¿Que cosa?
— "¡Lo nuestro!"
— ¡Ay qué susto! pensé que la gasolina del coche



Procedimientos de la comedia: En el meme 39 se genera la comedia por la **interferencia de series** en dónde el receptor conoce la circunstancia de la infidelidad de la mujer, y el marido engañado es víctima del suceso dadas las largas filas, de hasta 5 horas o más, que se llegaban a hacer para poder comprar gasolina a causa del desabasto. Por lo tanto el receptor y creador—que expresan su cara a partir del emoticón que aparece en la imagen en forma de chango tapándose la boca- se vuelve cómplice de los amantes y del destino que le juega dos malas pasadas a la víctima del engaño, la primera irse a formar para poder comprar gasolina durante varias horas y la segunda la infidelidad de su esposa.

Por su parte, la comedia en el meme 40 está dada por el **lenguaje** en forma de **inversión** del conjunto de palabras que afirman que “se acabó”, una frase usualmente utilizada para referirse a una ruptura amorosa, lo cual puede representar algo solemne en la vida personal de una persona. Sin embargo, la inversión de tonos a través de la yuxtaposición de la imagen con un rostro tan expresivo sucede cuando la ruptura amorosa pasa a un segundo plano y se le da una connotación de alivio, quitándole la importancia que podría tener, cuando se

considera que lo realmente grave sería que se hubiera acabado el combustible del coche. La situación de oportunidad mixta se aprecia en su fase personal.

Gramáticas mediáticas: Ambas gramáticas son **adaptadas**. La del meme 39 a partir de la captura de pantalla de un teléfono móvil. Por lo que se sabe que no se tienen que interpretar los íconos de la parte superior de la imagen, ni las figuras geométricas del área inferior. En la parte superior derecha de la imagen se aprecia un emoticón de chango tapándose la boca, comunicando una expresión, por otro lado tenemos la fotografía que es la que tiene mayor carga sobre la acción del relato que se hace porque es la que describe la circunstancia erótica, mientras que de manera yuxtapuesta están los globos de diálogos adaptados del cómic, heredados también a la fotonovela, los cuales se leen de izquierda a derecha y en donde el texto forma parte de la acción de la imagen, construyendo así el relato. En la parte de la orilla inferior derecha a manera de firma, aparece una I.R. en color blanco. Heredado de la firma de cuadros y caricaturas.

La gramática del meme 40 es la adaptación del diálogo literario en la parte superior de la imagen, en la que se utilizan los guiones como un código ya establecido para que el lector lo lea como frases que dice cada personaje del relato. Debajo se encuentra la fotografía propia de la gramática del meme, a manera de remate del chiste.

Tipo de narrativa a la que se recurre: No hay algún referente específico de la narración en ninguna de las dos, por lo que se consideran narrativas **originales** a partir de la situación de oportunidad. Hay que destacar que en el meme 40, si bien la imagen es de una película en la que actúa Robert Downey Junior, no es necesario conocer la trama, ni las características del personaje para entender el relato. Por lo tanto el referente transmediático es irrelevante como referencia. Lo que se vuelve crucial es la expresión del rostro de la fotografía, la cual pudo haber sido tomada de cualquier otra película y expresada por cualquier otro personaje o actor.

Meme 41



Meme 42



Procedimientos de la comedia: En el meme 41, el procedimiento está dado por la **repetición** de la frase popularmente utilizada en México en baños públicos a manera de pintas o rayones, así como en muros la cual dice 'puto el que lo lea', con la finalidad de ofender al receptor en un juego de acciones de lectura donde no hay escapatoria. Sin embargo, al repetir en un gasoducto la frase, modificando su final como forma de detener el robo de gasolina por medio de la perforación ilegal de estos tubos, la repetición de la frase en este contexto resulta pertinente, aun cuando el sentido sea distinto.

En el meme 42 la comedia es a través de la **inversión de la situación** por medio del ingenio. Así, la posible víctima del desabasto de gasolina y el problema de la movilidad que surgió en esos días le daba la vuelta buscando un mecanismo científicamente verosímil a través de imanes que se atraen si se juntan los polos opuestos, esto para avanzar sin necesidad de gasolina. Asimismo, se utiliza la **transposición** ya que modifican el tono científico formal que puede ser un diagrama para un diseño a partir de una propuesta de la ingeniería, a uno más familiar. Lo que genera ese cambio es la tecnología que se utiliza para comunicar la propuesta, que es a través de una especie de dibujo escolar realizado en una hoja de papel rayado, lápices y tinta roja, así como los adjetivos utilizados en los distintos textos descriptivos.

Gramáticas mediáticas: Es **adaptada** en ambos a partir de la táctica. La primera es retomada de las pintas y rayones que se ven en ciertos lugares públicos como baños o muros, esto en conjunto con la fotografía. El texto simula ser parte de la imagen

original, por lo que éste es el que realiza toda la acción del relato, generando el procedimiento cómico de repetición.

La gramática del meme 42 está adaptada de los diagramas poco profesionales que muestra la propuesta de un diseño. El texto en letras rojas y vinculado al dibujo de lápiz a través de flechas es puramente descriptivo, excepto el letrero de la izquierda que tiene un signo de gato y dice “#NoMásGasolinazo”. Esto es adaptado de la gramática de los medios conectivos que utilizan este símbolo seguido de una frase como marcador de tendencia, a pesar de que es un dibujo creado de manera análoga.

Tipo de narrativa a la que se recurre: El referente es **original** en ambas ya que si bien en el meme 41 la pinta tiene su origen en los cancelos de los baños y muros, la frase se entiende por sí sola sin necesidad de conocer dicho referente. ‘Puto el que...’ es parte de la cultura ordinaria del mexicano. Resulta interesante destacar que los rayones en las paredes o lugares público es una de las tecnologías de comunicación más antiguas que han permeado al ser humano, la cual ha derivado en la aprehensión de determinadas frases como parte de cierta cultura ordinaria.

En el meme 42 sólo se hace referencia al conocimiento científico popularizado con respecto a que los imanes en sus polos opuestos se atraen, proponiendo que avance el automóvil sin necesidad de gasolina. Por lo tanto también su narrativa es original.

Si bien el desabasto de gasolina representó un impacto en la vida cotidiana de las personas y el padecimiento de sus consecuencias de manera directa, la argumentación de la toma de decisiones y resoluciones al respecto de la situación por parte del presidente de México fue completamente mediática. Por lo que para comprender lo que se estaba experimentando de manera directa en la vida cotidiana se necesitaba el complemento de percepción de los medios de comunicación, los cuales también narraban historias de la gente común en las filas que duraban horas para cargar gasolina en sus vehículos. Por lo que los memes cuentan estas vicisitudes, en conjunto con lo que se decía en la televisión como discurso argumentativo desde el poder. Dicha situación se puede apreciar en el meme 41,

en el que se les acusa de la situación a los ladrones de gasolina por perforar clandestinamente los gasoductos de PEMEX.

Elecciones Generales en España 10N.

Las elecciones generales que se celebraron el 10 de noviembre de 2019 fueron las segundas en un mismo año, pues las primeras realizadas el 28 de abril del mismo año, derivaron en desacuerdos políticos. Por lo tanto, el 10N fue terreno fértil para todo tipo de memes sobre la jornada de votaciones, así como de los candidatos a la presidencia del gobierno. Esto derivó en una situación mixta de oportunidad en la que se tuvieron vivencias personales, a partir del hecho de ir a votar, así como mediáticas sobre los resultados y los candidatos. Se seleccionaron 4 memes al respecto del tema para llevar a cabo el análisis. Éstos se obtuvieron del medio noticioso que se hace llamar 20 Minutos de su nota titulada *Los mejores memes de las elecciones generales 2019 de España*¹⁷.

Meme 43



Meme 44



Procedimientos de la comedia: El procedimiento cómico de los dos memes es por **repetición** de la situación. En el meme 43 se da a partir de la translación en donde el tono solemne de las elecciones se transporta al familiar e irreverente característico de la serie de caricatura animada llamada *Rick y Morty* (2013), para lograr así la parodia y comparación con la situación que vivieron los españoles con

¹⁷ <https://www.20minutos.es/noticia/4032438/0/memes-elecciones-generales-noviembre-2019/>

respecto a las elecciones de manera repetida una y otra vez. Esto porque las elecciones del 10N fueron las segundas elecciones generales en 2019, convocadas por no haber sido posible formar Gobierno, y también eran las cuartas elecciones en menos de cuatro años.

En el meme 44 la repetición de la situación de las elecciones del 28A y el 10N, así como la actitud que generó en los votantes, explicitado a partir de los dos distintos personajes que ha interpretado Joaquin Phoenix en diferentes películas y que aparecen en las fotos. Las personalidades de ambos personajes se contraponen. En la imagen de la izquierda se hace referencia al personaje de la película *Ella* (2013), un tipo bastante introvertido, inocente y tierno. Por otro lado, en la imagen de la derecha aparece el *Guasón*, de la película homónima (2019), en donde el personaje es introvertido, pero vengativo y con cierto grado de maldad. En la expresión estética visual también se da una repetición del color rojo en ambas imágenes y en las que se ve al actor caminando por la calle.

Gramáticas mediáticas: En el meme 43 la gramática es **importada** de la caricatura política por el uso de la ilustración con una estética grotesca junto con el texto dentro del globo a manera de diálogos. El texto de la bandera que los dos personajes del lado superior derecho cargan a manera de etiqueta ideológica también es propio de la gramática de la caricatura política.

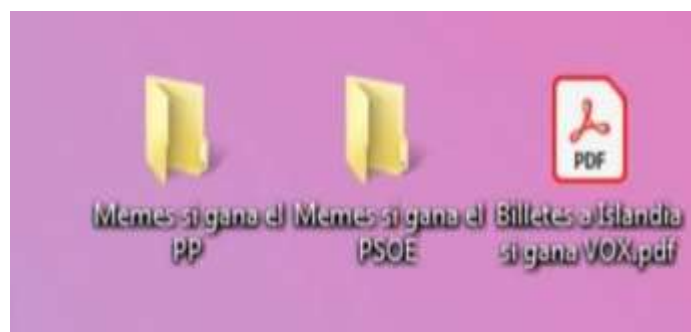
A diferencia de la gramática del meme 44 en donde la gramática es **adaptada** de las publicaciones con imagen de medios conectivos y para lograr el relato ésta se encuentra dividida en viñetas. En la parte superior, fuera de la imagen con letras negras y fondo blanco, se lee el texto que la describe. La finalidad es darle un sentido a la interpretación de ambas viñetas a partir del orden en el que se presenta la descripción y la imagen en una lectura de izquierda a derecha de ambas.

Tipo de narrativa a la que se recurre: El referente narrativo en ambos es **transmediático**. En el meme 43 es por **permutación** ya que se retoman las constantes situaciones en las que se ven involucrados los personajes principales de la serie de dibujos animados titulada *Rick y Morty*, que nace en 2013 con cuatro temporadas hasta el 2020. La narrativa trata de un científico loco que junto a su

nieto viven aventuras intergalácticas y temporales de tipo surrealista en cada capítulo, en donde se ponen en riesgo una y otra vez, sorteando las dificultades.

En el meme 44 la narrativa transmedia es por **transposición**, en el que se recurre a la personalidad de los dos personajes de dos películas en las que Joaquin Phoenix ha sido protagonista. Es necesario conocer la personalidad y trama de ambas películas para poder comprender el relato, ya que éste se da a partir de la toma de decisiones, vida y construcción distinta de cada personaje. Por lo que el contexto del referente narrativo transmedia al que se recurre es imprescindible para comprender el sentir de los votantes expresado de esta manera. En la primera imagen es desde el personaje de Theodore Twombly en *Ella* (2013), más inocente y calmado, mientras que el *Guasón* (2019) como antihéroe se muestra más impulsivo, astuto, analítico y rencoroso.

Meme 45



Procedimientos de la comedia: El procedimiento cómico es de **inversión**, en donde el destino de las votaciones es determinante para las acciones posteriores que la población tomará. Pues por un lado, si gana el PP o el PSOE, no representa ningún problema para el creador del meme, pues ambos son partidos que se autodenominan de centro derecha y de centro izquierda respectivamente, lo que generaría burlas y críticas pero nada de qué preocuparse. Sin embargo, si llegara a ganar el partido de extrema derecha español VOX, el victimario, creador de los memes contenidos en las carpetas del PP y el PSOE, sería la víctima del destino

de España, y saldría del país inmediatamente por el tipo de ambiente que se generaría.

El procedimiento de la comedia de este meme juega también con la transposición por el contraste de los tonos que ocupa, ya que mientras las dos primeras carpetas que se ven en el meme, de izquierda a derecha, tienen intrínseco en el nombre un tono familiar y carnavalesco, haciendo referencia a la comedia, el nombre del PDF cuenta con una carga más dramática.

Gramáticas mediáticas: La gramática es **importada** del sistema operativo Windows y su forma de ordenar y mostrar las carpetas, así como documentos digitales. Los dos primeros íconos amarillos, simulando un folder, hacen referencia a las carpetas que se pueden generar en Windows, las cuales usualmente son una ayuda para contener varios documentos. Asimismo en la parte de abajo del ícono se muestra el nombre asignado por el usuario. Por otra parte en el último ícono de izquierda a derecha se muestra el logotipo de la marca Adobe Acrobat que sirve para leer archivos PDF que son difíciles de alterar. Al igual que en las carpetas, este documento en PDF también tiene su nombre debajo del ícono del tipo de archivo.

Tipo de narrativa a la que se recurre: El referente narrativo de este meme es **original**, pues recurre al contexto político de las elecciones y la corriente ideológica de cada uno de los partidos. Es interesante puntualizar que durante las elecciones presidenciales en México de 2018 surgió un meme similar, que se muestra en la Figura 25, en el que se modificaban sólo los nombres debajo de cada ícono según los simpatizantes de cada partido, y en donde también se necesitaba conocer el contexto político propio mexicano para entender el meme.

Figura 25. Meme de boletos de avión si gana Andrés Manuel López Obrador



Meme 46



*Video de 20 segundos de duración con audio.

Procedimientos de la comedia: Se da desde la **inversión** del papel de los dominantes frente a las minorías políticas, que a partir de las elecciones se iban derrumbando los cotos de poder que tenían. Por lo que en el video con duración de 20 segundos, a manera de analogía, se muestra cómo a partir del derrumbe de unas escaleras eléctricas se genera una estampida de gente, la cual intenta evitar caer saltando de un lugar a otro para salvar su vida.

Gramáticas mediáticas: Es **adaptada** del video con audio filmado con celular, en donde se muestra la horizontalidad de la perspectiva y se conjunta con la gramática de las publicaciones en medios conectivos, en la que el texto de la publicación está fuera del video, en la parte superior e incluye un “#”. Dicho texto funciona de forma yuxtapuesta, cerrando la interpretación del breve audiovisual de manera descriptiva, lo que deriva en la creación del vínculo de similitud con el ambiente que se vivía en el Congreso Español.

Tipo de narrativa a la que se recurre: El referente narrativo es **transmediático por permutación**, que si bien se entiende el relato del meme, sin la necesidad de saber de dónde surge la situación original de la gente brincando y corriendo intentando

salvarse, el referente se retoma de un video viral grabado gracias a la tecnología móvil en el momento en el que se hunden las escaleras eléctricas del metro de Roma, en la estación *La Repubblica*, horas antes del partido de soccer de la Champions League entre el equipo de la Roma contra el CSKA de Moscú el 23 de noviembre de 2018.

A partir del análisis de caso español sobre las elecciones del 10N se hace evidente que el sentido del meme sigue siendo el mismo sin importar el país ni el lenguaje, como se aprecia en los memes norteamericanos. Resulta fundamental destacar que estas situaciones de oportunidad mixtas hablan siempre en dos niveles, el nivel mediático que se encarga de informar lo que está ocurriendo en cuanto a política, y por otro lado, de forma paralela, se hace referencia al sentir cotidiano de los usuarios de los memes frente a dicho fenómeno que satura tanto su mente como su cuerpo y sus dinámicas cotidianas. Asimismo, llama la atención que varios memes son parecidos y tienen un eje emocional, así como propagandístico similar al de las elecciones en México de 2017 y a las de Estados Unidos en 2020. Por lo tanto, el sentir de estas situaciones de oportunidad es similar y no depende de elementos culturales, sino de formas ya estandarizadas sobre las coberturas mediáticas y experiencias comunes derivadas de la democracia representativa moderna.

Las tres dimensiones de la interfaz y su vínculo

En el análisis realizado desde las tres dimensiones de la interfaz como categorías, se pueden encontrar ciertos cruces interesantes entre ellas, junto con características que se dan como parte de la creatividad de la que echan mano los creadores para realizar diversos tipos de memes y materializar la puesta en acción de la interfaz.

En cuanto al **género**, todos los memes encajan con al menos uno de los procedimientos cómicos propuestos por Bergson (2014). El que más se llega a utilizar es la repetición ya sea de una imagen, una frase, o situación como parte de

la parodia o para darle un nuevo uso a la imagen, o a las palabras, desde la analogía, siempre en consonancia con lo verosímil. Sin embargo, se identificaron memes que utilizan dos procedimientos de la comedia al mismo tiempo, esto los vuelve más elaborados, lo que muchas veces asegura la situación de comedia, ya sea por un procedimiento de comedia o por el otro. Otros de ellos juegan con los dos niveles de dicho género a través de la comedia en el lenguaje y por éste, dando como resultado procedimientos paralelos.

Es así como se genera una riqueza y diversidad de recursos de la comedia que parten del ingenio de los creadores en las gramáticas, ya sea con o sin la yuxtaposición de la imagen junto con el texto. Esto se logró identificar a través del uso de un procedimiento de la comedia en la imagen y otro distinto en la palabra, ambos anclados a una misma situación de oportunidad.

En ciertos memes se puede apreciar un vínculo entre las narrativas transmedia como referente para generar la repetición en su extensión de transposición. De tal manera que la situación cómica se da cuando se añade un texto y el tono de lectura está marcado por la imagen, la cual usualmente es tomada de rostros muy expresivos como pueden ser de personajes o escenas de narrativas de la pintura, el cine, la televisión. Usualmente estas imágenes tienen una esencia histriónica, ya que es eso lo que da la transposición del tono adecuado para generar la comedia.

Por otro lado, el meme también utiliza la inversión, sobre todo para burlarse de aquellos a los que se les considera como el enemigo de cierto grupo social, haciendo evidentes sus errores. Esto se puede observar usualmente con los memes de políticos. También resulta interesante la forma en la que esta herramienta de comunicación realiza el procedimiento de inversión aplicado a la primera persona; es decir, se burlan de los defectos o situaciones propias, a nivel colectivo o individual.

La inversión a partir del lenguaje, con el uso de polisemias, es recurrente en el meme. Sin embargo, la interferencia de series se vuelve complicada de generar por la brevedad del formato, a pesar de esto, se pueden presentar de forma ingeniosa a partir de la narración que considera a toda la situación de oportunidad completa.

El meme, por sí mismo, tiene ese resorte del diablillo de Bergson que se guarda en la caja y espera la situación de oportunidad adecuada para que alguien accione la manivela para liberarse de manera estrepitosa, sorprendiendo una y otra vez a los usuarios. La diversión se genera a partir de meter de nuevo en la caja el resorte y esperar pacientemente otra situación oportuna para que el diablillo salte y nos sorprenda; es decir, esperar a que se vuelve a poner en acción la interfaz del meme y nos sorprenda con el uso que se le da a partir de las situaciones de oportunidad, lo que resulta en una dinámica refinada que pone en expectativa a la mente y a los sentidos.

A partir de este análisis, la **gramática** que forma parte de la interfaz del meme tiene gran potencial y resulta compleja. Ésta va más allá de una imagen con texto arriba y con otro abajo, encargado de cerrar el procedimiento de la comedia. Recurre a casi toda la variedad de posibilidades que se despliegan a partir de la ecología mediática gracias a la flexibilidad que permite la comedia en el uso de la creatividad, y en muchos casos, a partir de la digitalización, pues no hay que olvidar que existen memes que nacen en un ámbito análogo, y se comparten de forma digital o viceversa.

El análisis realizado hizo evidente que no todos los memes se generan desde la repetición, ni son parodias, también están aquellos con diseños o fotografías específicamente creadas para esa materialización, en conjunto con aquellas narrativas originales que se hacen para una determinada situación específica para generar el procedimiento de la comedia a partir de rituales culturales.

Por lo que el meme se puede considerar una especie mediática parcialmente parasitaria, ya que, si bien tiene una gramática propia, ésta no es estricta y se apoya de otras, como aquellas proporcionadas por el cine, la pintura, la fotografía, los libros, la caricatura, las infografías, las monografías, como recursos para que se dé su materialización derivada de la puesta en acción de su interfaz con posibilidades infinitas. La gramática específica del meme se identifica como una imagen maximizada con texto en la parte superior e inferior, a la que también se le han

adaptado globos de texto, descripción de imágenes de los medios conectivos, logotipos publicitarios de espectaculares, subtítulos del cine.

En lo que respecta a las **narrativas**, el meme recurre a ellas para leerse desde la repetición del procedimiento cómico. Es así como la transmedialidad detona la risa en algunos casos, al ocupar lo verosímil de ciertas situaciones frente a aquellas narradas en los medios, las cuales se presentan como ficción. En su uso a partir de la permutación —cambiar un elemento por otro—, logra la contaminación mediática de los espacios, jugando con los tonos, así como con la ficción. Sin embargo, en el meme necesariamente tiene que haber un elemento de credibilidad, de lo contrario sólo haría un referente a otra ficción, lo que lo volvería un tributo o parodia y no un meme en su calidad de imitador de la realidad.

Por otro lado, nos encontramos con narrativas transmedia que no agregan nada a la historia ni llevan a cabo ninguna parodia, simplemente el referente o la repetición se utiliza a partir de una frase determinada o lenguaje corporal de un personaje que sirve sólo como expresión de quién lo comparte dentro de la comunicación con otros usuarios. En cuanto a las narrativas mediáticas tenemos aquellos personajes a los que se les ha construido una historia en el mismo medio, como al chico con *brackets* y chaleco a cuadros conocido como *Bad luck Brian*, o como el perrito Chilaquil.

También podemos encontrar las narrativas que evolucionan de ser transmediáticas a mediáticas, como sucede con el meme de la mujer enojada reclamando al gato blanco sentado en una mesa con ensalada que, si bien de manera individual cada imagen fueron narrativas de tipo transmedia tomadas del programa televisivo *The Real Housewives of Beverly Hills* y la foto del gato Smudge de Instagram, ambos se han vuelto un referente narrativo mediático propio del ambiente de los memes. Esto ha derivado en la producción de una narrativa propia en torno a los dos personajes. Otro ejemplo de esto es la Rana René, que en un inicio era transmedia, rescatada de imágenes de la serie de los Muppets; sin embargo, trascendió al generar su propia narrativa dentro de la cultura del meme.

La interfaz del meme, como cualquier otra interfaz, para poder ponerse en acción vincula tecnologías específicas, las cuales se van tejiendo y complementando para

lograr su cometido como parte de la ecología mediática. Sin embargo, existe algo que es inamovible y que permite construir el sentido del meme: necesariamente son imágenes, sin o con movimiento, que sintetizan de manera breve una idea a partir de las gramáticas ya conocidas o aquellas propias del meme, ocupando uno o varios procedimientos de la comedia a través de las situaciones de oportunidad de creación, utilizando narrativas transmediáticas, mediáticas o generando las propias.

Hallazgos y consideraciones finales

Las aportaciones de esta investigación se dan en varios sentidos y momentos del trabajo. Respecto a la ecología mediática y a la metáfora de la interfaz, éstas radican en proponer las tres dimensiones fundamentales por la cual se conforma: género, gramática y referentes narrativos. En el caso del presente estudio funcionan como categorías de análisis que permiten utilizar la metáfora para conocer los pliegues históricos espacio-temporales de distintas materializaciones mediáticas.

Hay que considerar que dichas dimensiones fueron retomadas de enfoques ya trabajados por otros estudios, pero en esta investigación se estructuraron de manera tal, que se convirtieran en categorías de análisis como reflejo de aquello que sucede en los espacios de encuentro que generan las interfaces. Es así que evidencian la complejidad de lo abstracto, categorizando aquello que sucede en lo concreto como parte de las materializaciones. De manera que la investigación deriva en una propuesta de un modelo metodológico que se desplaza desde lo teórico, para volverlo operativo al llevar a cabo el análisis, el cual podría servir no sólo para el meme, sino para otros objetos empíricos distintos.

Por otra parte, se plantea una amalgama de las dos distintas interpretaciones de la ecología mediática, en donde conviven multidimensionalmente la capacidad de agencia de los usuarios y el impacto de la tecnología sobre ellos. Esto se expresa en la puesta en acción de las interfaces a partir de los tres tipos de situaciones de oportunidad, directas, mediáticas y mixtas. Lo anterior deriva en la necesidad de hacer evidente y nombrar aquello que los diseñadores de las interfaces han buscado hacer más imperceptible a los sentidos, con el objetivo de invisibilizar las fronteras entre nuestro cuerpo y mente, con la tecnología. Por lo que se podría considerar que la construcción de una teoría conformada por las perspectivas de la ecología mediática y la interfaz está en proceso.

Fragmentar la interfaz en diversas dimensiones permite analizar sus materializaciones más fácilmente, a diferencia de considerarla de forma homogénea y general, pues al ser una zona de frontera cuenta con complejidades de distinta

escala. Así se logra comprender más a detalle una parte del ambiente mediático en el que habitamos, con base al establecimiento de vínculos y fronteras de interacción con distintos medios, así como las dinámicas de las personas frente a la tecnología.

El meme como especie es aprovechado en determinadas situaciones de oportunidad para accionarse, dando cabida a un espacio para la comunicación de aquello que antes difícilmente se podía expresar en un medio masivo, como son las situaciones de la vida cotidiana. El meme retoma elementos de muchos otros medios. No existía una interfaz que se pusiera en acción de esta manera, ni una materialización igual: apoyada en su mayoría en la digitalización, así como mezclando el género de la comedia para relatar y difundir una idea verosímil, de forma tal que ninguna otra interfaz lo había hecho antes.

El meme como herramienta de comunicación juega con los tonos, sin ser una actriz o actor, tiene la posibilidad de entretener distintas gramáticas y narrativas. Como interfaz contiene más interfaces dentro que, si bien operan en distintas dimensiones, tienen una fuerte interacción entre ellas. Actúan juntas para hacer tanto al meme, como a cualquier otro medio, único y distintivo, lo que determina su puesta en acción por parte de los actores humanos de forma específica y propia, asegurando así su subsistencia, su evolución o desuso.

A lo largo de la investigación se han ido desmontando prejuicios con respecto a la creación del meme, a los elementos que lo conforman y a su difusión. Esto deriva en su desnaturalización, en volver ajeno algo que ya es parte de nuestro ambiente mediático cotidiano, para construirlo como objeto de estudio. De esta manera se abren las posibilidades creativas infinitas del meme, delimitándolo sólo a partir de las fronteras de aquello que se conjunta en su interfaz. Sin embargo, las dimensiones de ésta no son sumativas, sino que al estar contenidas en un espacio determinado y reflejadas en una materialización, crean otra cosa. No es una pintura con un pie de imagen, no es una imagen con subtítulos, no es una foto como portada de un libro que no corresponde, no es parte de un mural fotografiado, no es un diálogo con una foto de un personaje del cine. Son otra cosa distinta, son memes.

Resulta interesante destacar que la dimensión gramática del meme usualmente simula a otras interfaces, siendo parte de sus posibilidades infinitas. Tal vez sea por esta característica, que resulta difícil definirlo a partir de sus atributos concretos y de contenido. Se podría decir que el meme se encuentra en una etapa de crecimiento y madurez, ya que tanto sus desarrolladores, así como sus usuarios, están explotando el potencial que tiene a través de su uso en distintos medios. Esto lo podemos apreciar en libros, portadas de periódicos, obras artísticas, camisetas serigrafiadas u hojas de papel bond.

Se han estado aplicando y expandiendo las capacidades únicas del meme para comunicar, así como para llamar la atención de los usuarios. Por otro lado, sus usos se han estado explorando más allá de lo lúdico, proponiendo al meme como una herramienta comunicativa con fines didácticos, publicitarios, propagandísticos y políticos; es decir, se han vuelto parte de estrategias comunicativas con fines específicos.

Después de realizar este recorrido podemos afirmar que el meme es una herramienta comunicativa que utiliza la imagen —texto, imagen en movimiento de pequeña duración, ilustración o fotografía— y la comedia con altas cargas de verosimilitud con fines tácticos, que a manera de juego expresan el propio sentir y contexto de los usuarios desde su percepción directa, mediática o mixta.

Por lo tanto, el meme no está determinado por Internet, ni por la digitalización. Esta herramienta de comunicación tampoco está caracterizada esencialmente por la intertextualidad, ni por el uso exclusivo de la fotografía o el dibujo, y menos por la resignificación de una imagen, sino que representa una forma de comunicar un mensaje de manera creativa y amplia, la cual se encuentra más allá de ser un contenido o imagen utilizada por los usuarios con fines ajenos para la que fue creada originalmente.

La brevedad es clave para el meme, esto no deja de lado su complejidad, sino por el contrario; en una sociedad impregnada por los principios modernos en donde el tiempo y el espacio son valiosos, la brevedad como característica resulta pertinente

y propicia. Sobre todo, en el contexto de la sociedad de la información, en la cual ésta se genera constantemente para su consumo, por lo que la brevedad del mensaje es una cualidad que los usuarios consideran relevante y útil en ciertas producciones. Así, algunas de las interacciones humanas se van reduciendo en tiempo-espacio a través de las tecnologías de la comunicación y de sus herramientas, llevando a cabo pliegues que derivan en procesos comunicativos complejos a los cuales los usuarios se van adaptando a partir de sus necesidades.

Desde la perspectiva de la ecología mediática, el meme es parte de una red de nodos, tanto humanos como tecnológicos, que se vinculan unos con otros en un mismo ambiente. A lo largo de un par de décadas el meme ha servido a los usuarios para transmitir distintos mensajes a través de la imagen y de su género de comedia. Por lo que el meme nos permite percibir cómo la tecnología modifica la manera en la que piensan los usuarios y la forma de estructurar la información. Esto impacta en la cultura, creando nuevos mitos, fábulas y moralejas propias que se vuelven un referente para las personas que están en contacto con ella.

El meme también ha ido evolucionando a la par de las tecnologías de la comunicación, por lo que ha tenido la oportunidad de recurrir a otras especies mediáticas. Por lo tanto, los diseñadores, usuarios y la tecnología evolucionan juntos, es decir coevolucionan. Recurrir a la metáfora de la interfaz, así como de la ecología mediática es la puerta de entrada para generar nuevas reflexiones y conocimiento. Deja imaginar y mapear lo que parece difícil de ordenar, vinculando elementos aislados.

Afirmar que una interfaz se pone en acción, abrió las perspectivas y reflexiones teóricas a lo largo de la investigación. Esto significa un cambio con respecto a considerar que las interfaces siempre están ahí, latentes, para usarlas como si fueran sustantivos, frente una idea diferente que implica activarlas como verbos que se ponen en marcha. Se habla de interfaces en plural, ya que existen tantas como tecnologías de la comunicación posibles. Los usuarios intuyen muy claramente las diferencias y características de las distintas interfaces y sus dimensiones, lo que los lleva a decidir poner en acción una o la otra. Por lo tanto, no podemos hablar de “la

interfaz” en general, pero sí de alguna en específico, como es “la interfaz del meme” o de cualquier otro medio o herramienta de comunicación.

El trabajo aporta alternativas exploratorias metodológicas para encontrar las formas y no perderse en los contenidos de los medios o herramientas de comunicación a analizar, relacionándolas con el ambiente mediático. Bajo esta perspectiva se pueden estudiar una serie de dinámicas coyunturales que se han dado a partir de la pandemia del COVID-19, la cual ha impactado en el uso de las tecnologías telemáticas a escala mundial.

La investigación invita a llevar a cabo trabajos que pueden complementarla desde diversas disciplinas y perspectivas, no sólo para el estudio del meme, sino en la profundización de discusiones filosóficas y morales con respecto a la ecología mediática. A lo largo del trabajo se hacen presente de manera sutil el vínculo entre lo moralmente aceptable desde la cercanía geográfica, temporal, de identidad y emocional de los usuarios con la situación de oportunidad que activa una determinada interfaz, junto con el género característico de cada herramienta de comunicación.

No sólo el meme presenta pliegues de espacio y tiempo, también están en otras especies mediáticas como los gifs, que se caracterizan por ser videos breves que se reproducen en *loop* —surge en la web 1.0 y vuelve a retomarse para la web 4.0—, los *stickers* con o sin movimiento, e incluso los TikToks. De tal forma que el paso del tiempo también va afectando y desgastado la puesta en acción de las interfaces, decreciendo su uso, pero inspirando a otras especies más recientes.

Resultará interesante poner a prueba una vez más la propuesta hecha en el presente trabajo, de tal manera que se robustezca como herramienta metodológica y de análisis para conocer distintos microambientes desde las dimensiones de la interfaz: el género, las gramáticas y los referentes narrativos. Así se podrán identificar vínculos simbióticos con el resto del ambiente mediático, lo que conllevaría a realizar un ejercicio minucioso y exhaustivo que derive en un mapeo en red sobre algún determinado ambiente mediático. De esta manera se marcarían las especificidades e interacciones que presentan cada especie de acuerdo con su

contexto social y mediático, así como la puesta en acción de su interfaz, mostrándonos su rastro histórico espacio-temporal que permita identificar patrones para la prospectiva.

Desde los Estudios de recepción, así como desde la teoría de las mediaciones, resultaría interesante profundizar en las especificidades de la puesta en acción de las interfaces; es decir, de lo que las personas hacen en ellas y lo qué las lleva a activarlas. Paralelamente, esto derivaría en poner a prueba y ahondar en las características de las situaciones de oportunidad, no sólo del meme, sino de cualquier otra tecnología de la comunicación, así como en factores psicológicos, de identidad cultural y generacional, en paralelo con el acceso económico, así como la alfabetización mediática.

Las situaciones de oportunidad, al ser generadas accidentalmente por momentos de tiempo, lugar y modo en el que se da algún dicho o hecho, pueden mostrar ciertos patrones de recurrencias en cuanto a la caducidad de los memes, tema que resultaría interesante investigar también. Asimismo, agregar una dimensión que trate lo político y el poder como parte de la interfaz puede ser pertinente, de tal manera que identifique aquellos elementos que conforman las tensiones sociales, las cuales se evidencian en las materializaciones. Esto se aprecia en varios de los memes analizados, sobre todo en los que se han clasificado a lo largo del trabajo con una carga ideológica explícita. Sin embargo, también se pueden presentar en cualquier otra materialización de la puesta en acción de alguna interfaz diferente.

El meme se ha vuelto una forma de comunicación común, con la cual abordamos los problemas, nos creamos una identidad, conocemos nuestro contexto, aprendemos de filosofía de vida e intentamos darle sentido a lo cotidiano a través de ellos, hasta que nazca otra tecnología y junto con ella otra herramienta de la comunicación que haga de forma más eficiente el trabajo de los memes.

Actualmente ésta ha sido la inspiración de nuevas creaciones, aún sin nombre, como son los videos editados burdamente de programas televisivos o películas, los cuales buscan el procedimiento de la comedia; también han surgido perfiles de Instagram que cuentan pequeñas historias o relatos a través de memes. Como se

puede inferir, el género de la comedia permite el uso del ingenio y resulta apto para el desarrollo de la creatividad, incluyendo la evolución de las tácticas y de la tecnología a disposición de los usuarios para comunicar su pensar y sentir. Dejemos entonces que el meme crezca, se multiplique, evolucione, y nosotros junto a él.



La tesis en un tuit

El meme es parte de una red de nodos plegados en tiempo y espacio, que forman un microambiente tecnológico y humano

Referencias

- Arango, L. (2014). Experiencias en el uso de los memes como estrategia didáctica en el aula, *Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación*, 1-23.
https://www.academia.edu/33308121/Experiencias_en_el_uso_de_los_memes_como_estrategia_did%C3%A1ctica_en_el_aula
- Aristóteles (1974). *Poética*. Editorial Gredos
- Aunger, R. (2002). *The Electric Meme. A new theory about how we think*. Free Press.
- Bajtín, M. (2008). *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI.
- Becker, H. (2015). *Para hablar de la sociedad la sociología no basta*. Siglo XXI.
- Bergson, H. (2014). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Ed. Lectulandia.
- Bitonte, M. E. (2020). Secuencia didáctica para el abordaje de géneros digitales. I-memes y comentarios desde una perspectiva semiótica operacional. *Retomas Discursivas en Tiempos de Convergencia: Producción, Circulación, Consumo*. Universidad de Buenos Aires - Universidad Nacional de Moreno.
<http://absorcionesretomas sociales.uba.ar/abordaje-generos-digitales/>
- Blackmore, S. (1999). *The meme machine*. Oxford University Press.
- Blackmore, S. (2011, marzo 18). A great internet meme's never gonna give you up. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2011/mar/18/internet-meme-never-gonna-give-you-up>
- Bolter, D. y Grusin, R. (2011). Inmediatez, hipermediación, remediación. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*. Volumen (16). 29-57.
<https://www.redalyc.org/pdf/935/93521629003.pdf>
- Burgess, J. (2008). All your chocolate rain are belong to us? Viral video. YouTube and the dynamics of participatory culture. En Lovink. G. y Niederer. S. (eds.) *Video Vortex reader: responses to YouTube*. Institute of Network Culture.
<https://eprints.qut.edu.au/18431/>
- Chateau, J. (1958). *Psicología de los juegos infantiles*. Ed. Kapelusz.
- Da Cunha. R. (2007). *Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia*. En *FAMECOS*. Volumen (32). 23-31.

- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- De Certeau, M. (2010a). *La innovación de lo cotidiano 1. Actos de hacer*. Ed. Universidad Iberoamericana.
- De Certeau, M. (2010b). *La innovación de lo cotidiano 2. Actos de hacer*. Ed. Universidad Iberoamericana.
- De Kerckhove, D. (1999). *La piel de la cultura; Investigando la nueva realidad electrónica*. Ed. Gedisa.
- Dennett, D. (1990). Memes and the Exploitation of Imagination. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 48(2), 127-135. DOI:10.2307/430902
- Distin, K. (2005). *The Selfish Meme*. Cambridge University Press.
- Elias, N. (2013). *Sobre el tiempo*. Fondo de Cultura Económica.
- Fleming-Holland Rutherford, A. (2008). Dentro de la Caja Negra: Reflexiones Sobre el Futuro del Análisis de la Conducta en el Siglo XXI. *Revista Mexicana de Psicología*. Volumen (25) 1. junio, 2008. Sociedad Mexicana de Psicología A.C. 59-70. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243016300004>
- Garibay, Á. (1999). *Introducción en Aristófanes; Las once comedias*. Editorial Porrúa.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos*. Taurus.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Havelock, E. (1996). *La Musa aprende a escribir*. Ed. Paidós.
- INEGI (2020). *Encuesta Nacional sobre uso del Tiempo 2019*, https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enut/2019/doc/enut_2019_presentacion_resultados.pdf
- INEGI (2020). Estadísticas a propósito del día mundial del internet (17 de mayo) datos nacionales, *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/eap_internet20.pdf
- Innis, H. (1950). *Empire and Communications*. Oxford University.
- Jarrett, C. (2015). *Great Myths of the Brain*. WileyBlackwell.

- Jenkins, H. (2015). *Cultura Transmedia, La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Ed. Gedisa.
- Knobel, M. y Lankshear, C. (2007). Online Memes, Affinities, and Cultural Production. En Lankshear, C. Knobel, M., Bigum, C. y Peters, M. (Eds.) *A new literacies sampler* (pp. 199 – 228). Peter Lang.
- Kristeva, J. (1997). Bajtín, la palabra, el diálogo y la novela. En Navarro, D. (selecc. y trad.). *Intertextualité*. Casa de las Américas.
- Kulkarni, A. (2017) Internet meme and Political Discourse: A study on the impact of internet meme as a tool in communicating political satire. *Journal of Content, Community & Communication*. Volumen (6) 3. <https://www.amity.edu/gwalior/jccc/pdf/jcc-journal-december-2017-13-17.pdf>
- Kuri, E. (2013). Representaciones y significados en la relación espacio-sociedad: una reflexión teórica. *Sociológica*. Volumen (28) 78. ene./abr. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732013000100003
- Latour, B. (2001). *La esperanza de Pandora, ensayos sobre la realidad de los estudios de la ciencia*. Editorial Gedisa.
- Lefebvre, H. (1974). La producción del espacio, *Revista de Sociología*. 3. DOI: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v3n0.880>
- Levinson, P. (2000). McLuhan and media ecology. *Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume (1). <https://www.media-ecology.org/resources/Documents/Proceedings/v1/v1-03-Levinson.pdf>
- Lévy, P. (1999). ¿Qué es lo virtual?. Paidós Ibérica.
- Logan, R. (2007). *The Biological foundation of Media Ecology*. Explorations media ecology, Volumen (6). https://www.researchgate.net/publication/228884803_The_Biological_Foundation_of_Media_Ecology
- Magallón, R. (2008). El espejo retrovisor de la cultura popular. *Revista F@ro*. 7. <https://core.ac.uk/download/pdf/29403822.pdf>
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios; La imagen en la era digital*. Colección Paidós Comunicación 163. Ed. Paidós.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano*. Ed. Paidós.
- McLuhan, M. y Powers, B. (1995). *La aldea global*. Gedisa.

- McLuhan, M. y Fiore, Q. (2001). *The medium is the message*, California Grinko Press.
- McLuhan, M. y McLuhan, E. (2009). Las leyes de los medios. *Cuadernos de Información y Comunicación*. Volumen (14). 285-316. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93512977017.pdf>
- Mitchell, W. (2014). *¿Qué quieren realmente las imágenes?*. COCOM.
- Narváez, L., Lavell, A. y Pérez, G. (2009). *La Gestión del Riesgo de Desastres. Un enfoque basado en procesos*. Secretaría General de la Comunidad Andina.
- Odum, E. y Barret, G. (2006). *Fundamentos de ecología*. Cengage Learning
- Ogden, C. y Richards, I. (1946). *The meaning of meaning*. Harvest book.
- Ong, W. (2006). *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Fondo de Cultura Económica.
- Pérez, G. (2017). *El meme en Internet. Identidad y usos sociales*. Fontamara.
- Platón (1871). *Díálogos: Filebo-Teetetes-Eutidemo*. En *Obras completas de Platón*. Medina y Navarro Editores.
- Postman, N. (1993). *Technopoly: the surrender of culture to technology*. Vintage Books.
- Postman, N. (2000). *Building a bridge to the 18th century. How the past can improve our future*. Vintage books.
- Postman, N. y Weingartner, C. (1969). *Teaching as a subversive activity*. Dell Publishing.
- Ricoeur, P. (2001). *La metáfora viva*. Ed. Trotta.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas, o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Ed. Gedisa.
- Román, N. (2002). *Más teatro pelado*. Editorial Pax.
- Romero, H. (2010). El dominio de los dos hemisferios cerebrales. *Revista Ciencia UNEMI*. Volumen (3) 4. 8-15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5210276>
- Roncallo-Dow, S. (2014). Marshall McLuhan. El medio (aún) es el mensaje 50 años después de Comprender los medios. *Palabra Clave - Revista de Comunicación*. Volumen (17) 3, septiembre. 582-588. <https://www.redalyc.org/pdf/649/64931834017.pdf>

- Rorty, R. (1996). *Objetividad, relativismo y verdad*. Paidós Ibérica.
- Saramago, J. (2008). Palabras para una ciudad. *Otros cuadernos de Saramago* (Blog personal), s/lugar, <https://cuaderno.josesaramago.org/402.html>
- Saussure, F. (1945). *Curso de Lingüística general*. Vigésimo cuarta edición. Editorial Losada.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia, cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios, entornos, evoluciones e interpretaciones*, Ed. Gedisa.
- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz* [Libro electrónico para Kindle]. Ed. Gedisa.
- Sachman, I. (5 de marzo de 2021). Entrevista a José Luis Fernández. Esas nuevas audiencias que nacen de la tecnología de los celulares. *Revista Clarín* [Revista digital]. https://www.clarin.com/revista-enie/ideas/nuevas-audiencias-nacen-tecnologia-celulares_0_uGJUztNqG.html
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Massachusetts Institute of Technology.
- Schmitt-Beck, R. (2015). Bandwagon Effect. *The International Encyclopedia of Political Communication*. Volumen (1) 5. doi:10.1002/9781118541555.wbiepc015
- Simmel, G. (1987). El espacio y la sociedad. En *Sociología 2. Estudios sobre las formas de socialización*. Alianza Editorial, <https://es.scribd.com/doc/246069927/Simmel-El-espacio-y-la-sociedad-pdf>
- Sperry, R. (1973). Lateral specialization in the surgically separated hemispheres. En McGuigan, F.J. y Schoonover, R.A. (Eds.) *The Psychophysiology of Thinking*. Academic Press. <http://people.uncw.edu/puente/sperry/sperrypapers/70s/173-1973.pdf>
- Strate, L. (2012). La tecnología, extensión y amputación del ser humano. El medio y el mensaje de McLuhan. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*. 7-8. 61-80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4274883>
- Tarde, G. (2003). *L'opinion et la foule*, [versión electrónica]. Collección Les classiques des sciences sociales. Cégep de Chicoutimi. http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde_gabriel/opinion_et_la_foule/opinion_et_foule.html

- Urdaneta, D. (20 de agosto 2019). ¿Cómo se vive de hacer memes en el 2019?. *Revista Vice [Revista electrónica]*. URL:https://www.vice.com/es_latam/article/vb95q9/como-se-vive-de-hacer-memes-en-el-2019
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Siglo Veintiuno.
- Van Dijk, T. (1996). Opiniones e ideologías en la prensa. *Voces y culturas*. Volumen 10. Semestre 2. 9-50. <http://www.discursos.org/oldarticles/Opiniones%20e%20ideolog%EDas%20en%20la%20prensa.pdf>
- Vélez, J. (2007). *Evolución en la tecnología: de la inteligencia artificial al meme*. Palabra de Clío.
- Wiggins, B. (2019). *The discursive power of memes in digital culture. Ideology, semiotics, and intertextuality*. Routledge.
- Yus, F. (2018). Identity-Related Issues in Meme Communication. *Internet Pragmatics*. Volumen (1) 1. doi:10.1075/ip.00006.yus

Mesas redondas y conferencias

(DON'T) CRY FOR ME ARGENTINA. Elecciones, discursos y hegemonías en el Siglo XXI [Mesa redonda] (28 de octubre de 2019). Sala de Actividades 55.003 - planta baja edificio 55. Tànger, Campus del Poblenou - Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.

Audiovisuales

- Baeza, C. (1992). Radio Bart. *Los Simpsons*. Temporada 3. Episodio 13. EUA. Fox TV.
- Cassavetes, N. (2004). *Diario de una pasión* [Película]. EUA. New Line Cinema.
- Farrelly, P. (1994). *Una pareja de idiotas* [Película]. EUA. New Line Cinema.
- Jonze, S. (2013). *Ella* [Película]. EUA. Annapurna Pictures, Stage 6 Films.
- Leftfield Pictures (2009). *El precio de la historia* [Serie de televisión]. EUA. Leftfield Pictures.

- Leondis, A. (2017). *Emoji. La película* [Película]. EUA. Sony Pictures Animation, Columbia Pictures, LStar Capital.
- Marquand, R. (1983). *El retorno del Jedi* [Película]. EUA. Lucasfilm.
- McKay, A. (2004). *El reportero: La leyenda de Ron Burgundy* [Película]. EUA. DreamWorks.
- Michels, P. (2013). *Rick y Morty* [Serie de televisión]. EUA. Justin Roiland's Solo Vanity, Card Productions.
- Phillips, T. (2019). *Guasón* [Película]. EUA. DC Comics, DC Entertainment, Warner Bros., Village Roadshow, Bron Studios, Creative Wealth Media Finance, 22 & Indiana Pictures.
- Russo, A, y Russo, J. (2018). *Avengers. Infinity War* [Película]. EUA. Marvel Studios.
- Sonnenfeld, B. (1991). *La familia Addams* [Película]. EUA. Paramount Pictures.

Memes

Desgraciadamente resulta difícil identificar a cada uno de los autores, años y lugares de creación de cada meme que forman parte de este trabajo de investigación, sin embargo, a manera de agradecimiento y referencia, en este párrafo se busca reconocer el trabajo táctico y estratégico de los creadores sin rostro de mucho del contenido que consumimos y que nos hace reflexionar, así como reír sobre la vida.
