



Universidad de Valladolid

EL MEME: ANÁLISIS ESTÉTICO SOBRE LA SUBLIMACIÓN DEL HUMOR

Sergio Ruiz Párbole

En agradecimiento a Sixto José Castro, José Manuel Chillón, Luciano Espinosa, Gustavo Bueno, Agapito Maestre y Antonio Escohotado por brindarme la inspiración necesaria para tomarme la filosofía en serio.

Resumen

Los memes han constituido una nueva forma de interaccionar con las redes sociales y en general con el contenido en Internet. Sin embargo, la adquisición en nuestra vida cultural de este formato ha modificado la forma de comunicación no solamente en la vida cibernética, sino que también ha traspasado, como era de esperar, nuestra comunicación cotidiana. La entidad cultural que supone el meme enlaza planteamientos interesantes acerca de las nuevas formas que tenemos de apreciar, en concreto, el sentido del humor. A su vez, la generación de un hábito de caricaturización que únicamente va a más, abre a mi juicio una nueva percepción estética sobre nuestra propia vida. A saber, ¿es la vida un meme y estamos nosotros condenados a serlo?

Palabras clave: memes, internet, redes sociales, comedia, humor, sublime, cultura digital, memética, edición, referencialidad.

Introducción: Definir el meme

El tragaldabas en el que se han convertido Internet y, más concretamente, las redes sociales, prácticamente no deja títere sin cabeza sobreinformada. Es algo que se viene diciendo con frecuencia desde la sociología, que vivimos en una sociedad de sobreinformación. En todos los rincones hay estímulos y rastros de los fantasmas culturales que mueven ahora al mundo. Es por ello por lo que toda esta abundancia ha agudizado nuestro ingenio y ha dado paso a toda una red, a todo un submundo de códigos humorísticos que prácticamente ya van ligados a todo evento cultural. Estos códigos florecen en multitud de sitios, aunque la mayor producción probablemente se dé en aquellas páginas donde más contenido informativo hay para extraer los memes, como Reddit, Twitter, Facebook o YouTube. Además, estos códigos han adquirido con el tiempo muy diversas formas de expresión, ya sea en textos, frases, fotos editadas, fragmentos de vídeo o de audio, o incluso como performances. El formato de imágenes editadas, el cual parece ser sin duda la forma más popular del meme, ya que es la que más capacidad de difusión ha demostrado, y por ello, la que más alcance generacional ha tenido, constituye en muchos casos auténticas obras de cultura popular. De hecho, incluso las generaciones a priori más lejanas a esta explosión (los denominados boomers) se animan a usar esta comunicación especial, por ejemplo en aplicaciones como Whatsapp. Podríamos decir entonces que la referencia primaria que tenemos del concepto de meme suele ser una imagen de tipo JPG con algún contenido textual humorístico insertado. Al menos originariamente los memes digitales más primitivos han sido imágenes como recortes de series, películas, videojuegos, o viñetas con protoemoticonos como la *trollface* o la famosa cara de Yao Ming. El tema de relevancia que me motiva a escribir esta investigación trata acerca de cómo la aparición de un formato y el aprendizaje del mismo han abierto todas las puertas de la realidad a lo humorístico, siendo que la comedia subyace como un monstruo tras la cortina, con todas las implicaciones sociales, humanísticas y estéticas que ello conlleva. Es decir, ya no es extraño esperar que cuando surge alguna noticia sobre las hostilidades diplomáticas de Donald Trump con Irán proliferen multitud de memes sobre la Tercera Guerra Mundial, o siendo incluso más genuinos, que en una tragedia mayúscula como el incendio de la catedral de Notre Dame veamos montajes con el protagonista de un famoso videojuego lanzando un cóctel molotov a dicha catedral.



1



2

Sin embargo, a pesar de que el fenómeno del meme sea algo cada vez más intuitivo para todo el mundo, es curioso que dentro del mundo académico no parece haber un consenso sobre su definición. Hay muchas aproximaciones que veremos en esta introducción, pero ahora mismo lo más certero que puede decirse acerca del meme es que es un fenómeno cultural comprendido o aprehensible por todos aquellos que sean usuarios de Internet, y que sin embargo, esos usuarios muy probablemente no sabrían dar una definición precisa sobre ese fenómeno que asimilan con tanta naturalidad. Es por eso por lo que buscar una fundamentación filosófica como la que se pretende aquí ofrecer puede contribuir a establecer una definición y por ello un entendimiento más profundo sobre este fenómeno cultural tan excitante. No obstante, para tener una referencia más o menos clara sobre el asunto a tratar bien podríamos entrar a *Urban Dictionary* y extraer a modo de muestra un entendimiento del fenómeno. Y digo muestra, aludiendo a aquella distinción wittgensteiniana entre el decir y el mostrar, en la medida en que en dicha página el simple acto de definir al meme ya indica o muestra de por sí la naturaleza interna del fenómeno a definir, puesto que lo que podemos encontrar es una labor comunitaria de intentos de definición, en los cuales se aprehende la lógica hilarante con la que funciona el meme de Internet. Ya que en principio, a alguien que quisiera hacer una investigación seria sobre este tema es de suponer que no le valdrían definiciones tales como “la cura de la depresión” o “un estilo de vida que expira a los dos días”.

Cabe matizar que el objeto de interés de este trabajo son los memes de Internet, la cultura memética vinculada de forma intrínseca al ámbito estético del humor, la cual puede decirse que explota a comienzos de la década pasada. No vamos a ahondar por tanto en una historiografía de estos memes, la cual es más larga de lo que pudiera parecer, por otra parte, ya que según datan muchas páginas de función archivística como *Knowyourmeme*, en la década de los 90 ya se daban ciertos proto-memes. Como decía, lo que nos interesa en esta ocasión es tratar el meme desde que ha supuesto un fenómeno que ha pasado a estar incrustado en nuestra cotidianidad, como una nueva

1 Yao Ming face. Fuente: enciclopedia-meme.fandom.com

2 Montaje del incendio de la Catedral de Notre-dame y el protagonista del famoso videojuego GTA San Andreas.

forma de hacer comedia, ya que este enfoque es el que a mi juicio escasea dentro del mundo académico, y es por ello por lo que se pueden apreciar carencias en la propia definición de meme, como por ejemplo aprecia Sara Canizzaro en *Internet Memes as Internet signs: A semiotic perspective on digital culture*. Las investigaciones relativas al fenómeno del meme se han centrado más en explicarlo desde un punto de vista de la semiótica o de la filosofía del lenguaje, más que del punto de vista estético y sociocultural. Esto es debido a que el concepto de meme en sí mismo surge de la famosa publicación del divulgador científico Richard Dawkins, que lleva por título *El gen egoísta*, publicada en 1976, por lo que, como puede verse, el origen del término lleva mucho tiempo en activo. Pese a que el desarrollo que hizo Dawkins sobre este concepto queda un poco alejado de lo que todos entendemos a día de hoy por meme, más que nada porque no lleva adscrito el prefijo de *Internet*, creo que será preciso en esta introducción repasar los cimientos que sustentan el concepto, para apresurar lo que tenemos por ahora en la definición del *meme* y en base a ello seguir aportando nuestra visión más actualizada.

Los atributos del término: Replicación y esparcimiento

En principio, cuando oímos la palabra *meme* nuestra herencia griega nos hace intuir la etimología del término. Es decir, debemos recordar que la mimesis es la imitación, la reproducción de algo. Como mencioné antes, hay que remontarse al estudio emprendido por Dawkins en el cual se deja muy claro el intento de analogía con los genes. Dawkins define al meme como una unidad cultural de transmisión que se esparce entre los individuos por imitación. Es decir, en este contexto entenderíamos los memes como aquellos elementos que conforman la cultura en general, por ejemplo las modas de vestimenta, géneros musicales, ciertas expresiones lingüísticas, o inclusive creencias. Mismamente la creencia en Dios se consideraría un artefacto cultural que encajaría con la denominación de meme³. De la misma forma en que ocurre en los genes, los memes estarían sujetos a una serie de condiciones en tanto que son replicadores de un fenómeno. Entonces, la transmisión que ha de caracterizar a los memes tiene que atender a procesos de competición, selección y retención⁴. Por ello, la síntesis que podemos intuir es que lo cultural tiene un proceso análogo a lo biológico, en tanto en cuanto se le aplica de forma indistinta una lógica evolutiva y adaptativa al entorno. Hay que matizar, no obstante, que el propio Dawkins aclara que los memes no tienen por

3 Shifman, Limor. *Memes in Digital Culture*. The MIT Press, 2014, p.12

4 *Ibidem*.

qué ser estrictamente análogos a los genes, sino simplemente que cuanto más se aproxime su comportamiento a la teoría genética mejor funcionará la teoría memética⁵.

En Dawkins, el meme se refiere a una unidad de información cultural que tiene la capacidad de replicarse y esparcirse por el medio, tratando de sobrevivir pasando de mente a mente. El campo de las ideas donde tienen lugar los memes implica una disposición pugilística, es decir, que compiten entre sí por la prevalencia. Siendo aun más precisos, la esencia del meme, aparte de la idea en sí, es la predisposición vehicular con la que va instalándose entre las mentes de los usuarios. La tendencia al esparcimiento y a la replicación que tiene el germen memético da lugar a ciertos tipos de rituales sociales, es decir, el contenido eidético al que hacemos referencia es un complejo de ideas y comportamientos al cual se le ha nombrado como el *memplex*, y su constitución se basa en la proyección de una puesta en práctica en un contexto de interacción con otros sujetos de la comunidad, lo cual es una descripción que nos acerca mucho al concepto de fenotipo, que ha sido utilizado para sugerir la comparación por parte de este elenco de autores continuadores de la senda de Dawkins, entre los que están Daniel Dennett o Aaron Lynch por citar a algunos. De hecho este camino emprendido por estos autores ha sido expandido en el sentido más epidemiológico, siendo un ejemplo de ello la aportación de Richard Brodie en *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*, donde ofrece una serie de descripciones acerca del meme en las que se remite frecuentemente a la facilidad de esparcimiento y transmisión de individuo a individuo, y por tanto, asemejándolo a un patógeno infeccioso. Uno de los ejemplos que pone en esta obra es el del nazismo, dado que las formas de transmisión de las ideas nazis tuvieron una serie de propiedades que hicieron de estas ideas un virus mental, concluyendo así que hay una predisposición memética tanto en el comportamiento mental como en las ideas mismas que surgen en contextos socioculturales.

Pero evidentemente el recorrido académico de la memética ha avanzado un poco más y es por eso que podemos encontrar otro tipo de interpretaciones. Entre estas, es interesante mencionar la que ha desarrollado Susan Blackmore en su obra *The Meme Machine*, donde prácticamente se atiende al hecho de que existe una información que es susceptible de ser replicada y que es la que conforma el proceso evolutivo de la cultura. Lo fundamental a lo que pretende referirse la autora es más que nada a la procesualidad cultural, incluyendo todos los componentes tales como las estructuras cerebrales, las conductas y las ideas mismas. El fenómeno del meme es considerado ya no sólo como la semilla originante de ciertos procesos conductuales en la sociedad, sino como un fenómeno

5 Lull, James. Neiva, Eduardo. "Hacia una nueva conceptualización evolutiva de la comunicación cultural". *Revista Comunicar 36: La televisión y sus nuevas expresiones, Vol.18, No.36*. 2011.

emergente cuyo estatus óptico es más que la suma de sus partes, motivo por el cual Blackmore le ha atribuido una prosperidad vital independiente de la acción humana, en la medida en que la técnica (la creación del mismo medio que es Internet así como las computadoras) ha posibilitado un incremento de la rapidez con la que los memes se esparcen, por lo que habría una desacople entre los memes y los genes. Es un razonamiento que viene a expresar la idea de que lo cuantitativo da lugar a un cambio cualitativo, un cambio en este caso en el que la entidad del meme no es tan dependiente del portador⁶ en tanto que agente mental. En cualquier caso, a raíz de estas reflexiones empieza a percibirse en el mundo académico como un tanto precipitada la analogía directa entre memes y genes, ya sea porque se considera que los primeros no tienen una capacidad de replicación tan eficaz como el gen, o bien porque se prefiere evitar una perspectiva tan analítica para un fenómeno que no parece tan intrínseco a las teorías científicas como se cree.

De este modo, la analogía propuesta por Dawkins y continuada por sus seguidores entre los genes y los memes (entendidos estos, como hemos dicho, como unidades de transmisión y replicación cultural) ha sido definida por Bruce Edmonds como un enfoque estrecho de la Memética. Cabe decir que Edmonds fue uno de los autores de la revista *Journal of Memetics-Evolutionary Models of Information Transmission*, la cual consolidó esa aparente disciplina científica llamada Memética, y en la que se aportaba una concepción más tendente a lo comportamental y no tan correlativa a las teorías genetistas. Como decía, Edmonds alude a que el enfoque estrecho perpetrado por los científicistas del corte de Dawkins hace que se devalúe la misma idea de gen, dado que sería como decir que éste es una suerte de metáfora sin valor productivo para la ciencia. El problema con el que se encuentran estos teóricos primitivos es que ven cómo los memes que nosotros conocemos son creaciones voluntarias con un determinado fin, y no son, por tanto, fruto de un determinismo que es propio de las teorías de la evolución. Porque quizá la analogía que cabe contemplar no tiene que ver tanto con los genes, sino más bien con una forma de lenguaje popular, que además bien podría emparentarse con las teorías del lenguaje de Austin y Searle, las cuales conciben el lenguaje como una suerte de fundaciones de parcelas de realidad. Pero al margen de esto la conclusión más interesante que podemos extraer es la que señala Ryan Milner en *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*, a saber, que los memes de Internet son un nuevo lenguaje pop que trasciende las barreras idiomáticas y que unifica de algún modo ciertos criterios humorísticos. En cualquier caso, la crítica más habitual que se ha presentado a este respecto tiene que ver con el simplismo con el que se reduce la complejidad de los comportamientos humanos, de manera que consideremos que quizá no es plausible plantear una equiparación exacta entre la

6 Blackmore, Susan. "The Power of the Meme Meme". *Skeptic Magazine*, Vol 5, No.2, 1997, pp.43-49

cultura y la biología. Canizzaro hace referencia a una posible equiparación entre el meme y el signo, es decir, orientando el asunto hacia la senda de la semiótica. Su conclusión sería que seguramente sea más preciso eludir el concepto de mera copia, y sustituirlo por el de traducción o interpretación⁷. Probablemente este interesante enfoque es más pertinente para abordar el fenómeno presente, dado que introduce un margen de “actividad” entre los participantes de la esfera digital en la que se mueve la cultura. Podríamos decir que el meme actual posibilita -y de hecho, requiere- una labor hermenéutica que lo sustente y lo eleve como un artefacto cultural usable y reconocible por la comunidad. Hacer un *cover* exacto de una pieza musical no involucra una interpretación o actitud hermenéutica con respecto al fenómeno cultural, en cambio sí lo es hacer un *cover* modificado de esa misma pieza pero transpuesta a un género musical distinto. Ambas cosas son memes realmente, pero el último ejemplo es el que se adecúa más al concepto de meme que se ha popularizado en los últimos años.

Y es que cuando hablamos de meme de Internet podemos advertir que no es suficiente hablar de la replicación, que en última instancia derivaría hacia la viralidad. Una viralidad basada en los criterios que hemos mencionado, que serían los de selección y competición de acuerdo a una teórica capacidad de adecuación o encaje con respecto al *momentum* en el que se halla la sociedad. Sin embargo bajo mi perspectiva no me atrevo a dar “fórmulas de éxito” para que un meme logre la viralidad, ya que eso sería entrar en una especulación sociológica que no procede, dado que al albur de mis observaciones no aprecio otra cosa que no sea impredecibilidad (que contribuye, por otra parte, a que el humor absurdo, por ejemplo, tenga un lugar que no ha tenido nunca antes en la sociedad).

No obstante, no discutiré lo que tiene de cierto que la expansión es una característica básica para que el meme se establezca como un ente cultural, pero en este caso tenemos que aplicarle lo que es la esencia del propio Internet, es decir, la reapropiación del contenido. Una cosa es que muchos memes se hagan virales y por ello contribuyan a la cultura, y otra cosa es que sea necesaria la viralidad o bien un respaldo numérico amplio para que el meme se realice y pueda constituirse como tal, lo cual nos puede inducir a una posible desvinculación conceptual entre el meme y la cultura, del mismo modo en que la investigación presente va a sustituir el análisis sociocultural por el estético. De hecho, si seguimos el esquema expuesto por los investigadores que hemos ido mencionando hasta ahora y que tratan el fenómeno del meme de una forma análoga a la genética, es evidente que una de las características más notables para hablar de un meme exitoso sería la

⁷ Cannizzaro, Sara. “Internet memes as internet signs: A semiotic view on digital culture”. *Sign Systems Studies*, Vol.44, No.4, 2016, pp.562-586

longevidad. Pero como hemos podido apreciar en los últimos años, al ser el concepto de meme algo intrínsecamente ligado al concepto de “humor” es precisamente la fugacidad uno de sus rasgos esenciales, como mostraré posteriormente, por lo que en cierta medida ya podemos advertir que hay matices y atributos que nos hacen desmarcarnos de lo que se ha hablado hasta ahora del meme, y que por tanto nosotros estamos refiriéndonos a un fenómeno distinto. Lo que quiero decir con esto es que no es lo mismo que el público consumidor de memes funcione simplemente a modo de espectador pasivo, y que exista una posibilidad de propiedad como tal del fenómeno. La apropiación es precisamente lo que hace que hoy en día pueda decirse que un meme ha tenido cierta “subsistencia”, no porque su relevancia siga vigente en el contexto de actualidad en el que esté la sociedad (manteniendo su forma original), sino por el tratamiento que le ha sido dado por algún usuario que haya podido insertarlo de nuevo en la esfera cultural (modificación por reapropiación). La imitación, la replicación, la mera copia con la que se reproducen supuestamente los memes es una visión que sobreentiende que no se trastoca el ejemplar original, pero no es cierto en lo que respecta al meme de Internet, ya que es la reapropiación el rasgo relevante por el que estamos ante un nuevo elemento cultural. Además, ese enfoque puede hilarse perfectamente con la observación de Rosaria Conte, en la que dice que el público no debería ser tratado como *vectores* de la transmisión cultural, sino más bien como *actores*, porque va a ser la participación activa y la remezcla lo que va a constituir la cancha humorística y comunicativa que es la esfera digital donde se juega al meme. Digamos que de un elemento cultural cualquiera que queda establecido como tal- como un estándar- por medio de la replicación y la imitación no se implica que ese producto cultural en sí, o dicho de otro modo, la esencia de ese producto se preste a modificación. Un *hit* musical no deja espacio a la intervención sustancial del que escucha. Las obras de un museo (a menos que se trate de alguna performance extraña) se esfuerzan sobremanera por plantar una barrera que delimite la forma de consumir dicha obra, a saber, la simple contemplación visual. En cambio, lo que podemos encontrar en el meme es una manufacturación democrática en base a un original que, si bien puede ser que en ciertas ocasiones se mantenga intacto de la misma forma que cualquier otro producto cultural, puede exhibir su potencia como plantilla con la que poder aportar el humor particular de uno. En este sentido, lo que vengo señalando en estas últimas líneas es el enclave a partir del cual empezamos a proponer una nueva discusión en el siguiente capítulo, es decir, el formato y el acceso.

El formato como acceso masivo a lo cómico

Sección Primera: Breve comentario sobre el relevo entre lo trágico y lo cómico a propósito de lo sublime

Hemos dejado en claro anteriormente que los memes no son ninguna novedad, han sido siempre parte de las sociedades. Sin embargo, algo ha tenido que cambiar para que en las décadas de los 70 y 80 la Guerra Fría fuera sinónimo de terror social, y en cambio en la actualidad, ante un conato agresivo de conflicto internacional serio, como pudo ser el de Corea del Norte contra Estados Unidos, o la Guerra contra el Estado Islámico, el clima social sea una avalancha de memes relacionados con ese evento, exhibiendo como única preocupación el ser lo más ingenioso posible. Ni siquiera hace falta irse tan lejos, mismamente en el año 2012, cuando en diciembre estaba en boca de todos el supuesto “fin del mundo” de los mayas, si bien es cierto que ya existía un ambiente digital en el que circulaba el meme como nuevo formato de la comedia, no era tan exacerbada la sobredosis de comedia, siendo que aún predominaba cierto drama en los medios de comunicación y en parte de la población más susceptible. Evidentemente ante comparaciones de este tipo probablemente los sociólogos tengan mucho que decir sobre las causas, pero no creo que sea menor aludir al despunte de los memes de Internet como una de esas causas. Pero en todo caso, la tesis proclamada en este ensayo es la que subyace en el mismo título, a saber, que la aparición de un formato ha permitido una sublimación del humor, entendiendo ésta como un enaltecimiento de las cualidades cómicas de la realidad. Además, creo que el término sublimación tiene una riqueza conceptual muy útil para esta investigación, no sólo por lo que significa per se la palabra, sino por hilar de algún modo las teorías estéticas que han fundamentado el concepto de “lo sublime”.

Si hacemos un breve rastreo de esta idea estética, podremos ubicarnos con mayor facilidad con respecto a la intención que pretendo transmitir. Hemos de recordar que lo sublime se explica desde la experiencia estética, digamos, aludiendo a una contemplación que produce una serie de sugerencias emotivas en el sujeto que experimenta. ¿Cuáles son esas sugerencias que explican la esencia de la sublimidad? Podemos remontarnos a las palabras que dedica Pseudo-Longino, donde ya hace referencia a un estado de éxtasis y sobrecogimiento⁸. Él considera que lo sublime tiene que ver con una “elevación del lenguaje”. Sin embargo, el matiz que se le ha achacado a este concepto ha sido habitualmente el de oscuridad. Asimismo fue como lo concibió Kant en la *Crítica del Juicio*, como una experiencia necesariamente abocada al displacer, por la inadecuación entre la razón y aquella fuerza que la abruma. En la misma línea Edmund Burke intensificó esas

8 Pseudo-Longino. *De lo sublime*. Editorial Acantilado, 2014.

atribuciones de carácter turbador, oponiendo de forma clara las categorías de lo sublime y de lo bello, siendo la primera la expresión del horror y la angustia. Como sea, no vamos a entrar en las fundamentaciones teóricas de esos autores. Únicamente lo que quiero resaltar es que hay un factor claro, que por el motivo que sea aquello que se ha asociado históricamente a la experiencia de lo sublime tiene que ver con lo dramático. Además, en las postrimerías del siglo XVIII, al que pertenecen tanto Kant como Burke, tiene lugar precisamente el momento del Romanticismo, donde lo que predominaba en el mundo cultural y artístico era una recreación constante del desgarramiento vital que será recogido en el siglo siguiente por los Schopenhauer o Nietzsche, ensalzadores por excelencia de la “oscuridad”, o lo dionisiaco.

No obstante, considero que si reparamos -sin descripciones poéticas de por medio- en la sintomatología asociada a la experiencia sublime, y a la que en mi opinión Longino se aproximó de forma certera, tal y como mencioné antes, como un éxtasis que llega a sacar a uno “fuera de sí”, podemos conjeturar que quizá lo cómico tiene cabida, en el momento social actual, como sustitución de lo dramático en cuanto esencia de lo sublime. Porque la actitud generalizada que se da en la cancha de las relaciones digitales -y consecuentemente también en las reales- deja entrever un furor casi irracional por lo cómico. Ni siquiera tiene que ver con una búsqueda desesperada de la risa como expresión fisiológica de la experiencia cómica, porque en principio no me consta que las personas pasen mucho tiempo riendo a carcajadas frente a las pantallas de sus ordenadores. Más bien la sed de humor que se está dando tiene que ver con la democratización del humor mismo (concepto clave que desarrollaremos más adelante). O mejor dicho, con el hecho de que lo cómico haya abierto una jugabilidad global. La adquisición de ciertas técnicas meméticas aprendidas principalmente en Internet suscita búsquedas inagotables de gotas humorísticas con las que ensalzar la creatividad humorística. Por ello, si bien es cierto que en lo respectivo a la comedia no pretendo conferirle propiedades estéticas de la magnitud que puede tener la congoja y el sobrecogimiento que sentían los románticos, sí considero que si hablamos simplemente de lo abrumador, o la saturación, tiene lugar, en efecto, que la comicidad vaya a lomos de la sublimación.

Sección segunda: La lógica del formato y concepciones estéticas sobre el humor

El aprehendimiento de las nuevas técnicas operatorias, a saber, simple y llanamente, el formato del meme y su lógica, nos sirve para amplificar y ensalzar nuestros criterios humorísticos, y por tanto podemos decir que el meme permite un acceso masivo a lo cómico. Por eso cuando uno ya está integrado en los mecanismos del meme empieza a percibir una saturación de estímulos y a

identificar aquellos eventos que pueden ser una potencial mina para extraer material cómico. De ahí que el formato meme haya hecho de la comedia un “monstruo en la sombra”, dado que lo cómico habita en lugares inesperados, a la espera de que una mente lo suficientemente lúcida e ingeniosa pueda sacar ese elemento cómico a la palestra que es la comunidad digital, y de ese modo, exhibirlo. Aquí es donde la comedia adquiere un cariz sublime, dado que convierte su experiencia en apabullante, debido precisamente a la potencial omnipresencia que es ahora atestiguada por unos usuarios cada vez más ávidos de esa nueva comedia.

El término “amplificador” creo que es idóneo para designar al formato del meme, ya que no es que introduzca nuevos criterios humorísticos, o sea, no es que se caracterice por una cualidad originadora de un nuevo entendimiento del humor (salvo a excepción de nuevas formas de humor absurdo y metaironía que detallaré más adelante), sino que más bien potencia lo que nos ha hecho gracia siempre, es decir, lo ya definido por muchos autores de estética que han dedicado sus investigaciones a saber qué es lo gracioso. En ese sentido es pertinente que demos un breve repaso por algunas visiones sobre lo cómico para situarnos acerca de qué es aquello que es amplificado por el meme, porque muy posiblemente la pregunta que sigue a la reflexión acerca de la naturaleza hechizante de los memes sea la de: “¿por qué es tan gracioso?”

En la anterior sección de este apartado he pretendido traer a colación el concepto de lo sublime para mostrar la nueva cara con la que se presenta lo cómico en la actualidad. Sin embargo, esas reflexiones no remiten únicamente a lo observado en la cotidianidad social, sino que también encuentro una base en el rastreo psicoanalítico que hace Freud. Como sabemos, en el psicoanálisis freudiano básicamente todo suele aludir a una dicotomía de tensiones, por decirlo así. En el caso del humor, Freud parece identificar el fenómeno de la risa como un impulso rebelde, desde el cual la “tonalidad afectiva”⁹ se apaga momentáneamente, amenazando así una cordura presupuesta. De este modo, podría interpretarse que mediante lo cómico se mueve el hilo que conduce hacia la niñez, donde la capacidad imaginativa se encuentra en plena ebullición, y donde el sentido vital se orienta más que nada a la diversión. Que estos razonamientos motiven mi conclusión acerca de si la comedia puede incardinar la sublimidad es porque la imaginación que posibilita la anulación temporal de la carga psico-afectiva, dando lugar a la risa como superposición del placer sobre la vida, no es sino una reivindicación de la subjetividad. Motivo por el cual, bajo mi sospecha, ha adquirido ese tinte peyorativo que se observa desde los clásicos hasta Freud.

9 Fernández Sánchez, Carmen. *Sobre el concepto de humor en literatura*. Universidad de Oviedo, 1988, p.220

“El humor elude la descarga emocional que se realizaría desde un registro “serio” frente a las circunstancias reales para que finalmente aquello que podía ser motivo de angustia se convierta al menos por un momento en motivo de risa. Éste es el triunfo del narcisismo que experimenta el sujeto cuando se ríe de sí mismo, es decir, de las dificultades que le presenta el mundo y su propia vida.”¹⁰

Entrando de forma más técnica a la definición de lo cómico es fundamental que traigamos a colación la obra de Henri Bergson, *La Risa: Ensayo sobre la significación de lo cómico*, en la cual se esbozan de forma bastante vírgen ciertos criterios que al parecer sustentan la risa humana. Digo que de forma “bastante vírgen” por el tinte moral (en sentido malicioso) que le adjudica al sentido de la risa y que a mi juicio sigue perpetuando una visión sobre lo cómico que ha sido despectiva en prácticamente todo el pensamiento occidental. Y es que según él lo cómico implica una “anestesia del corazón”¹¹, y por tanto una indiferencia de la moral y la emoción que permite la ridiculización. Es decir, la risa que señala lo cómico, aparte de llevar implícita la búsqueda de una resonancia social, -ya que para Bergson lo cómico no se puede dar sin el eco grupal- pretende alentar una “corrección” de un comportamiento que se considera tenso con respecto a la normalidad. Para resumir la base de esta obra, simplemente me limitaré a citar un párrafo de un ensayo que yo mismo escribí acerca de este autor:

“Las premisas que nos ofrece Bergson para entender la comicidad son en esencia dos, al menos en el primer modo de la comicidad. Estas son la indiferencia moral y la reciprocidad social. Parece ser que la risa es un tipo de antítesis de la moralidad, ya que para motivar la carcajada se requiere que apaguemos los sobresaltos de la ética o los mecanizados deberes morales cuando estamos ante una situación ridícula. Por ello el humor es siempre fuente inagotable de conflictos, porque no todo el mundo es capaz de poner a dormir por un rato la alerta emocional. Respecto a esto, la comedia debemos entenderla como un espacio de juego, en el que se simula la ausencia de moralidad. Situaciones que en un contexto de normalidad podrían suscitar reacciones empáticas de pronto tornan en una caricatura. Por ello, al hablar de comedia tenemos que hablar de un “modo juego”.¹²

Básicamente el remarcar lo excéntrico es la característica de lo cómico, puesto que el “modo juego” al que hacemos alusión tiene que ver entre otras cosas con la imitación, ya que ésta es una de las

10 Margulis, Mario. Urresti, Marcelo. *La segregación negada: Cultura y discriminación social*. Editorial Biblos, 1999. p.268

11 Bergson, Henri. *La risa: Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Alianza Editorial. p.36

12 Ruiz Párbole, Sergio. *Ensayo sobre la comicidad en Bergson*. Inédito. pp.1-2

señales indicativas de que se está entrando en territorio humorístico. Cuando imitamos un comportamiento o un gesto en base al cual hay un consenso social tácito sobre lo bizarro que es, entonces dicha imitación se convierte en comedia. En la cultura millennial hay multitud de ejemplos a los que podemos aludir con bastante recurrencia. Por ejemplo en 2012 pudimos ver el celeberrimo videoclip del *Gangnam Style* del cantante surcoreano PSY, en el que el susodicho ejecuta una coreografía un tanto estrafalaria que a posteriori fue imitada en multitud de espacios mediáticos. Lo peculiar es lo que se busca extraer para motivar la risa, ya que Bergson cree que detrás de esa peculiaridad hay una identificación de un automatismo defectuoso que hace de obstáculo para la vivacidad natural que se le presupone a una persona, o en palabras de Bergson, “lo mecánico adherido a lo viviente”¹³. Otro ejemplo relativamente reciente en el que puede verse ejemplarizada esa concepción puede ser el fenómeno del *Harlem Shake*, originado en 2013, el cual consistía en que una persona en presencia de un grupo comenzaba un baile extraño mediante el cual dicho sujeto parece querer resaltarse a sí mismo como elemento anómalo en su grupo. Un grupo que en principio parece estar ignorando ese acontecimiento, pero que de forma progresiva los miembros de ese grupo van uniéndose a esta performance. Este acto cómico expresa el aparente sinsentido que subvierte la expectativa de normalidad, que sería posiblemente una coreografía al uso, donde puede advertirse que efectivamente va a ser una interpretación de danza típica que aparece en un videoclip, pero por el contrario invoca una incredulidad que nos produce risa e incentiva a su vez - en la lógica memética-, que esta performance sea imitada en distintas instancias de lo público.

El “modo de juego” supone un paréntesis con respecto a la vida misma, una cápsula momentánea desde la que se presenta una aparente intangibilidad moral. Creo que el concepto de juego es esencial en este sentido, no sólo por la asociación con lo lúdico que incentiva la creación de esos paréntesis, sino porque responde a un cierto dominio conceptual sobre la realidad como para poder ponerla en pausa. Pensemos en cómo lo que algunos autores etólogos han llamado “señales de juego” consiguen darle la vuelta¹⁴ a teorías del lenguaje como la de H.P. Grice, quien argumenta que las reglas para una conversación satisfactoria son: no decir lo que uno cree falso, no decir algo de cuya evidencia se carece, esquivar oscuridades en la expresión, esquivar la ambigüedad, y procurar ser breve. Son reglas que rompemos deliberadamente cuando hacemos bromas basadas en la exageración, cuando expresamos deseos ficticios que en verdad no son reales, cuando usamos la ironía haciendo pasar una fantasía por realidad, o cuando preparamos una broma guionizada a fin de que llegue a un determinado clímax, haciendo que por el medio se cree confusión. Digamos que el proceso fenomenológico que seguimos para conocer nuestra naturaleza y que nos hace dibujar una

13 Bergson, Henri. *La risa: Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Alianza Editorial, 1900, p.72

14 Morreall, John. “Philosophy of Humor”. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. 2012.

imagen mental de nuestra propia identidad como seres humanos va de la mano con la capacidad de parodiar, emular, imitar, y en última instancia, de reírse. En la medida en que sabemos qué es lo esperable o adjudicable a nuestra naturaleza, tenemos material para crear respuestas desafiantes con las que jugar.

“La comedia ve el mundo bajo lo que algunos filósofos llaman la epojé, un cierto paréntesis o suspensión de la creencia. (...) La comedia se comporta como un visitante de otro planeta, intentando en vano desaparecer en prácticas que tomamos por concedidas, y fallando calamitosamente en el proceso.”¹⁵

Cuando el espacio académico se ha tomado más en serio la temática del humor, han aparecido esquemas donde se condensan las principales visiones o criterios que fundamentan lo cómico. Critchley en su obra *On Humour* detalla tres teorías. En primer lugar la teoría de la superioridad, que habría sido la más dominante entre los filósofos, y que hemos explicado de forma superficial con los comentarios que he hecho sobre Bergson. Consiguientemente, estarían las teorías de la incongruencia y la del alivio o distensión. La teoría de la superioridad es intuitiva a estas alturas, tras los comentarios que hice anteriormente sobre Bergson, pero en todo caso, lo único que cabe decir sobre ella es que el fundamento que propone acerca de lo risible es la ridiculización, el poner de manifiesto que hay una anormalidad con respecto de alguien. Es decir, en cierto modo es una teoría que contempla el humor de forma muy restringida a lo humano, ya que son las personas los únicos objetos humorísticos posibles. La teoría de la incongruencia es atribuida a una obra de 1750 del filósofo Francis Hutcheson, titulada *Reflexiones sobre la risa*. Esta visión fue continuada posteriormente por algunos autores como Kant, Schopenhauer o Kierkegaard, en respuesta precisamente a la teoría del humor como malicia. En esta postura, lo que produce gracia es lo que desafía a la expectativa, es decir, una posible yuxtaposición de eventos. Este criterio se ve ampliamente reflejado en los memes. Adrian Bardon da a entender que el placer obtenido de la incongruencia no es tanto por la confusión intelectual, sino por el resorte físico que da lugar a la incongruencia¹⁶. Es decir tiene más potencia observar el proceso que el simple resultado, por eso no hace la misma gracia que nos cuenten un suceso hilarante a haberlo presenciado. Este punto es el sostenido por John Morreall, quien favorece esta teoría de la incongruencia al afirmar que la experiencia de una reorientación psicológica es placentera. Concretamente, él se refiere a “cambios cognitivos” que han de tener lugar dentro de una predisposición afectiva favorable, ya que como bien dice, uno puede reírse si entra a un cuarto de baño y se encuentra una calabaza, pero no reírse

15 Critchley, Simon. *On Humour*. Routledge, 2002, p.68

16 Bardon, Adrian. *The Philosophy of Humor*. University of Wake Forest. Academia, 2005, p.3

en absoluto si se encuentra un puma¹⁷. Además, esta visión es especialmente positiva, en contraposición a la visión de la superioridad, que contempla el fenómeno de la risa como una suerte de resorte automático o determinista, ya que Morreall asume el hecho de que la capacidad de reírse va en correlación con las conceptualizaciones del mundo que podamos hacer, dando lugar a una conclusión socialmente positiva, en tanto que el reírse es el premio que uno obtiene por su flexibilidad cognitiva. Por último, la teoría del alivio es extraída de Herbert Spencer en su obra *La fisiología del humor*, donde desde una aproximación fisicalista define el humor como una reacción de descarga nerviosa, es decir, no hay una motivación estética relevante que cause la risa sino que lo único que puede afirmarse como esa causa es una liberación fisiológica de energía (similar, por otra parte, al enfoque freudiano que mencioné antes). Claramente esta última teoría es la que menos nos aporta a nivel estético.

No obstante, hay más elementos que podemos mencionar sobre lo cómico. Puesto que la teoría de la incongruencia es la que más interés ha suscitado en el mundo académico, es interesante ver la crítica que hacen Harriet Baber y John Donnelly a la obra de Morreall, *Taking Laughter Seriously*, donde se pone en tela de juicio el concepto de sorpresa irracional como fundamentación de lo humorístico. Estos autores comentan que una cosa que suele causarnos gracia es la predictibilidad, dando a entender que la repetición no es algo así como un talón de Aquiles para la risa, sino que forma parte de un abanico de técnicas artísticas que son precisamente el motivo de la risa. La crítica alude a que Morreall tiene un buen enfoque sobre el fenómeno de la risa, pero no toma en consideración la comedia como conjunto de técnicas artísticas (o formas de señalar el juego) donde se pretende impulsar una discrepancia entre el mundo real y el mundo ficcional, dando como resultado de esa discrepancia la risa. En el mundo de los memes, el público no tiene una actitud pasiva donde espera a que sucedan espontaneidades en su mundo cultural para reírse de ellas, sino que el usuario como cómico adquiere un rol activo donde constantemente está introduciendo canchas de ficción.

Una vez que hemos visto los diferentes criterios que pueden motivar la risa, ahora procederé a definir exactamente en qué consiste el formato que consigue amplificar esos criterios. Por ello, hemos de tener clara la definición final desde la que partimos para tratar este fenómeno del meme, y que sería la siguiente: Elementos, artículos, instrumentos, ítems digitales que forman grupos de contenido y que se caracterizan por una serie de propiedades estéticas, así como por una transmisibilidad, esparcibilidad y susceptibilidad de alteración por parte de individuos que manejan

17 Morreall, John. "A New Theory of Laughter". *Philosophical Studies: An International Journal for Philosophy in the Analytic Tradition*, Vol.42, No.2, 1982, p.245.

ciertas técnicas en Internet. Partiendo de esta base, podemos desgranar el formato destacando las categorías que articulan la estructura de un meme, y que han sido muy bien detalladas por Kate Milner, siguiendo la obra de Shifman. Estas categorías serían las siguientes:

1)Contenido: El leitmotiv que va a inspirar la creación de ese meme.

2)Forma: El mero formato “físico” en el que se expresa la idea y el género en el que se adecúa.

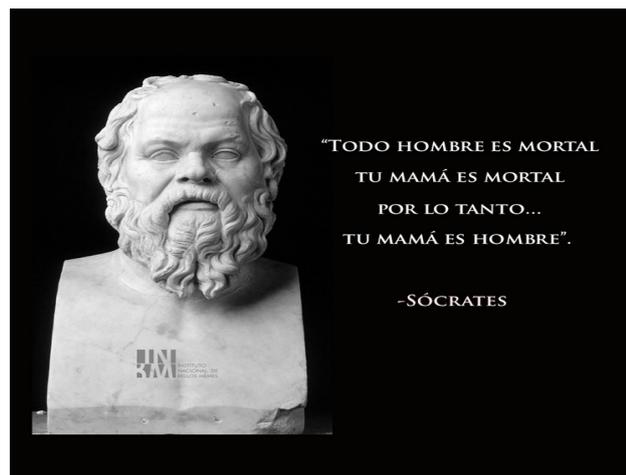
3)Postura: El eje movable a partir del cual dirigir la intencionalidad del meme. Esta categoría es la más esencial, y a su vez se divide en tres subcategorías:

3.1)Estructuras de participación: Indican quién está “autorizado” a ser partícipe de un meme y de qué manera participar.

3.2) La clave: Alude al tono y estilo comunicativo, o en otras palabras, el indicador de que se está entrando en un juego o en una lógica memético-humorística.

3.3)Funciones comunicativas: Son el tipo de comunicación que se está llevando a cabo. Es decir, bien podría ser la expresión de una idea política, filosófica, o bien una simple burla hacia un personaje público.

Un ejemplo práctico de este esquema podría ser el siguiente. Supongamos que me dispongo a compartir el siguiente meme. Yo como estudiante de filosofía, participo en una estructura de comunicación que sé que va a entender la referencia, o sea mismamente mi grupo de clase. Luego introduzco una clave que ya viene impresa en el meme mismo,



dado que es intuitivo de por sí para esos miembros el hecho de que una imagen editada de esa manera tiene un potencial bastante grande como para ser un meme. O bien podríamos pensar que está sucediendo en ese momento un debate amistoso y jocoso sobre filosofía antigua, y que por ello yo, sin ser partícipe de ese debate, lo interrumpo con esta imagen, lo cual ya indica que mi aportación cambia el tono de la conversación. Y finalmente, estaría expresando en este caso una ridiculización del razonamiento silogístico en este caso, mediante una ilustración humorística.

Este esquema, no obstante, es a mi juicio una aproximación poco completa del fenómeno. Como sea, sí me parece preciso el concepto de la postura como el eje movable, porque en la direccionalidad de ese eje puede darse según Miltner la diferencia clave entre un contenido

memético y un contenido viral¹⁸ -que comentaré más tarde en detalle-. Es decir, básicamente el razonamiento incide en la idea de que es la alteración de una de las piezas que articulan la estructura del meme (dicho en sentido cultural o clásico) convierte a ese contenido en *memetizado*, a diferencia del contenido viral que no modifica la estructura. Es como cuando mencioné anteriormente la diferencia entre hacer una imitación de algo que se ha hecho famoso, como por ejemplo un cover de una canción, en contraposición a introducir un rasgo de descontextualización o de incongruencia en la interpretación de esa canción, para mover elevar su estatus de mera imitación a algo más. El descubrimiento relevante a este respecto, digamos que es el de ese eje movable que permite cambiarle el estatus estético a un fenómeno cultural.

Otras características interesantes que definen el formato son las ofrecidas por Nancy Baym en su obra *Personal connections in the digital age*: Interactividad, estructura social, replicabilidad, alcance, movilidad y almacenamiento. Estas categorías en última instancia insisten sobre algunas ideas ya mencionadas. Por ello, me gustaría ir directamente a por el análisis hecho por Shifman, ya que creo que es el más completo y detallado. No obstante, antes de proseguir, es preciso que maticemos antes con claridad la diferencia conceptual entre contenido viral y meme, puesto que hasta ahora muchos de los atributos que se le han atribuido al meme podrían hacer que uno crea que nos estamos refiriendo al mismo fenómeno. Cuando nos referimos a “contenido viral” nos referimos a una unidad cultura unívoca, es decir, que por definición su propia unicidad le ha llevado a tener una gran difusión. Este contenido viral se presta, no obstante, a ser un contenido alterado por algún usuario, es ahí cuando ya es un meme. Shifman de hecho afirma que no cree que exista el contenido viral como algo “puro y original”, en tanto que siempre va a haber alguien que introduzca la alteración para hacer un meme, pero sí podemos decir que el viral acepta en sí otra versión de sí mismo. Digamos que el viral a lo que se presta es a tener un contenido derivativo mediante la alteración, y por otra parte, cuando un meme es extraído inspirado por ese contenido, se le considera una unidad fundante que ha expuesto al contenido viral original como un *stock* a partir del cual se puede extraer el humor en innumerables versiones. Podemos resumir la cuestión en que el contenido viral es un modo de comunicación pasivo, y el meme un modo de comunicación activo. La diferencia sustantiva que aporta el meme a este respecto es que, al generar muchas versiones, un meme se va cargando de significados, y por ello éstos se postulan como una forma de humor que se reinventa constantemente, debido a que la hermenéutica humorística supone una resignificación o una resemantización constante del meme. Esto es lo que constata a mi juicio, ese carácter de “activación” que se le adscribe al meme en contraposición con otro tipo de contenidos.

18 M. Miltner, Kate. “Internet Memes”. *The Sage Handbook of Social Media*, Vol.22, 2017, p.414

El stock es el término con el que me refiero a una suerte de plantilla dialógica, que es identificada por ciertos usuarios y que sirve como una base con la que introducir otras técnicas. Entre esas técnicas está el manejo del contexto, el cuándo y el cómo publicar ese meme, etc. Esta plantilla base sobre la cual trabajar puede ser por ejemplo una imagen, o bien una frase, o una grabación de vídeo o audio. Un ejemplo de stock o plantilla dialógica puede ser la imagen que se extrajo en la Declaración Unilateral de Independencia de Cataluña, cuya duración fue de aproximadamente un minuto. La dinámica de esas imágenes suscitaron un potencial memético.



Momento en el que se declara la independencia Momento en que se anula

Esta plantilla que estamos viendo tiene ya gracia de por sí, y el motivo por el que los usuarios encuentran potencial en ella para realizar memes es porque este stock brinda una “información sugerente”. La expresividad de esta imagen despierta la imaginación de los creadores porque el eje movable sobre su significado puede apuntar a infinitas direcciones. Es aquí donde he de mencionar la técnica de la yuxtaposición, entendida como un entrelazamiento entre contextos. En relación con el *stock* anterior podríamos ver un ejemplo de cómo se aplica la yuxtaposición en la siguiente imagen, donde se hace pretende hacer una “reinterpretación” de la famosa obra de Munch, *El Grito*.



Una técnica similar es la de la intertextualidad, que en palabras de Luis Gabriel Arango Pinto sería lo siguiente:

“Así, de acuerdo con la teoría literaria, la intertextualidad consiste en la presencia en un determinado texto de contenidos, temáticas, modos de expresión, estructuras o estilos, procedentes de otros textos, los cuales pueden ser incorporados en forma de citas, paráfrasis, imitaciones, parodias o mistificaciones, entre otros.”¹⁹

En esencia estamos hablando de algo similar, pero a mi juicio el matiz estriba en que el juego interpretativo es más activo en tanto que se le atribuye a la plantilla una interpretación que per se no tiene. Pongamos que alguien utiliza una foto mía, y a posteriori se me atribuye un texto, un pensamiento o un concepto que refuerza la potencia de la imagen (como por ejemplo un bigote hitleriano editado). O también podría hacerse a la inversa, alguien puede grabarme un vídeo y en la edición quitar el audio original del vídeo y superponer otro distinto que desvirtúe mi contexto y me atribuya uno que no es. Básicamente podemos resumir las técnicas de edición como dominio del contexto. La descontextualización es la clave a mi entender en relación al éxito de los memes. Un ejemplo muy conocido sobre esa descontextualización fue la broma que se hizo con el archiconocido tema de Rick Astley *Never Gonna Give You Up*, que consistía en distribuir enlaces de vídeos que supuestamente eran de interés para los remitentes, pero que sin embargo se trataba del dichoso videoclip. Este caso es un ejemplo de cómo el meme amplifica el criterio de incongruencia que definí antes. Además, este caso también exhibe la técnica de la repetición, en la medida en que puede ser que tras la primera experiencia en la que uno se encuentra con esa broma no le haga ni pizca de gracia, cuando haya sido víctima unas cuantas veces más probablemente le hará gracia a la fuerza.

Democratización del humor

Digamos que el cambio fundamental que ha originado la aparición de un formato a partir del cual se expresan ideas humorísticas y se refleja la importancia de criterios estético-cómicos basados en atributos como la incongruencia o el ingenio, ha sido el de la democratización del humor. Cuando antes mencionábamos el “modo juego” o “la clave” en base a la cual identificamos que estamos poniendo en paréntesis a la realidad, y apagando los resortes éticos que tienden al juicio, nos

19 Arango Pinto, Luis Gabriel. “Yuxtaposición, intertextualidad y humor en los memes de la Reforma en Telecomunicaciones en México”. *Revista de Estudios para el Desarrollo de la Comunicación*, No.15, 2017, p.312

referíamos a ciertos códigos que indican que se está abriendo la puerta del territorio humorístico. Es decir, generalmente en la historia uno ha distinguido fácilmente el género de la comedia por los códigos que en éste se proponían para cerrar su propia categoría. La comedia, entonces, ha sido un ámbito muy definido y por tanto, restringido. En cambio, cuando uno puede hallar potenciales *stocks* o plantillas dialógicas (no sólo en Internet, sino en su propia vida cotidiana) con las que hacer su propio humor, podemos decir que las capacidades expresivas o el ingenio de cada cual tiene una posibilidad de salir a relucir. En otras palabras, mientras antes existían códigos definidos, tales como el inicio de un chiste (un francés, un inglés, un alemán...) o las risas enlatadas de una *sitcom*, ahora no hay aviso previo de que se esté entrando en un territorio humorístico, prueba de ello es que cada día haya nuevas bromas, nuevos chascarrillos, en general, nuevo contenido cómico. Es por ello por lo que he insistido desde el comienzo en decir que por motivo del meme, la comedia ahora es como una sombra acechando tras la cortina. Por ejemplo, mismamente los códigos que Bergson presupone de antemano cercan mucho el espectro humorístico. En cambio, digamos que con el formato meme eso cambia porque ahora uno no tiene tan claro qué hay que señalar y por ello, ante la duda, tiene más opciones que señalar, ya que la creación humorística se da en una resignificación que tiene base en la subjetividad de cada uno. Las técnicas cómicas son también definidas socialmente, en tanto que son apreciables los patrones generales que suelen alcanzar el “éxito” en la sociedad, pero ahora la creatividad digital extiende indefinidamente el catálogo de técnicas cómicas. En definitiva, no hay códigos determinados, la comedia está potencialmente en todas partes. En este sentido, lo novedoso es que se diluyen las barreras entre lo profesional y lo amateur, lo público y lo privado, lo enfocado hacia fines comerciales y lo no enfocado hacia estos.

Cuando se dice que el espacio cómico antes de esta nueva democratización del humor era un espacio más cercado o restringido, podemos referirnos sencillamente al hecho de que la comedia como género ha estado siempre incluida dentro de la categoría de “espectáculo” o inclusive en la de “arte”. Es decir, en términos del esteta George Dickie, lo cómico ha sido delimitado por una *institución*, en la que hay aproximadamente un cierto consenso sobre qué tiene que considerarse gracioso y qué no. Supongo que todos aceptamos el hecho de que la gracia de las bromas varía mucho entre épocas o contextos sociales. Ahora no hay tal institución, puesto que el poder de creación lo tienen los usuarios. De hecho, en tanto que la reapropiación es una de las características esenciales de este nuevo humor, la sugerencia a la participación es constante. Ya no se maneja una lógica tal en la que pueda haber disputa por la originalidad de una broma, de un monólogo, de un chiste. Siempre es bienvenida una participación traducida en reedición de un meme. Podríamos sustituir incluso el concepto de democratización y cambiarlo incluso por el de comunitarismo. El

humor no es ofrecido como una obra puesta en un espacio para el deleite de un público, sino para alimentar la reciprocidad, la conversación y el intercambio de creatividad. De hecho, una reflexión interesante es la que hace John Fiske, diciendo que la capacidad de resignificar que mencioné con anterioridad nos abre una puerta a la subversión con las mismas herramientas que el sistema hegemónico nos da.

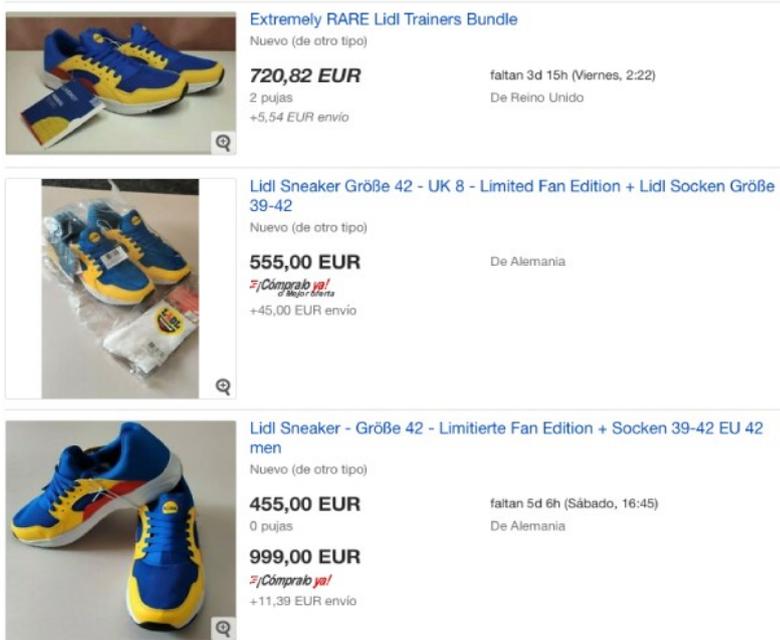
“Los memes insertan al individuo en una comunidad más grande que comparte la misma historia y artefactos culturales. Quien los reciba puede modificarlos y reiniciar el ciclo. Cuanto más se reinicie este ciclo, mayores serán las posibilidades de viralización. Los memes responden a los tres desafíos que, en la perspectiva de Patrik Charaudeau están presentes en la construcción de cualquier tipo de información: visibilidad, inteligibilidad y espectacularización. El desafío de la visibilidad presupone atraer la atención del público lector. En cuanto a la inteligibilidad, el género discursivo debe hacer que el contenido sea interesante y accesible. El desafío de la espectacularización está relacionado con la forma en que el contenido despierta interés y/o emoción.”²⁰

Mientras que en esta cita se hace alusión a una comunidad en la que se comparten artefactos culturales, a mi juicio es más preciso señalar que la comunidad generica en la que entran todos los usuarios de memes tiene lugar por la adquisición de unas dinámicas, de una lógica memética, o en definitiva, de un modo de proceder u operar dentro de la red. A partir de ahí, la cultura tan diversa que hay hoy en día funda micro-comunidades de referencias. Es decir, uno puede ser admirador de la saga de Harry Potter y por ello esta inscrito en la micro-comunidad que entiende las referencias a Harry Potter. O bien podría ser lector habitual de la Escuela Austríaca y por tanto estar inscrito en la micro-comunidad que entiende las referencias del anarcocapitalismo y de Von Mises. Digamos que el *background* de un individuo ya le confiere varias inscripciones que le harán abarcar más micro-comunidades o menos, por eso no hay que suponer que todos los usuarios de memes comparten las mismas parcelas de eso que llamamos cultura. El objetivo de cada micro-comunidad es básicamente crecer, incluir a más miembros con los que poder compartir más cantidad de memes. Estas micro-comunidades no son una idea abstracta, sino que existen completamente de facto, en tanto que los memes a día de hoy están tematizados, y uno puede buscar como si estuviera en el mercado las referencias que más le gusten. Si uno entra en Reddit, puede encontrar múltiples categorías las que poder unirse. Esto supone una inclusión masiva para individuos cuyas referencias potencialmente entendibles no han tenido un desarrollo cómico suficiente. Mismamente pienso en quienes se

20 Ribeiro de Jesús, Ana María. “Mándame memes: la memética y la cultura como discurso”. *Revista Elemental*, 2020.

dedican a la filosofía, puesto que, ¿cuánto han podido disfrutar éstos de bromas relacionadas con la temática filosófica? Es ahora precisamente, cuando uno o bien puede encontrar su nicho particular de referencias, o bien puede crearlo si tiene el suficiente ingenio y técnica cómica. Por ello, la tesis de que los memes sean una democratización del humor queda patente en tanto que los usuarios no sólo buscan por medio de la risa una retroalimentación cultural constante, sino que les empodera para ser productores de esa cultura y no sólo consumidores que se limitan a compartir el contenido.

El rol activo es un punto esencial respecto a esto. Goriunova afirma que los memes llegan a convertirse en performatizaciones estéticas en las que los individuos toman parte sea en el formato que sea²¹, sea en imágenes, grabaciones, frases, etc. Los usuarios son sabedores de la estética intrínseca a los memes, y por ello el vínculo entre éstos y la performatividad hacen que la comedia mantenga muy unidos el mundo virtual y el mundo real, ya que sabemos que lo que pase en la vida real puede exhibirse a posteriori en la cancha cibernética. Un ejemplo de las motivaciones estéticas y performativas en relación con la extracción de memes tuvo lugar hace muy poco, cuando la cadena de supermercados alemana LIDL sacó a la venta unas zapatillas deportivas, entre otras cosas como calcetines, camisetas, chanclas, etc. El diseño completamente kitsch de estas prendas causó furor en el público, a tal punto que se agotaron las unidades en apenas 48 horas. Y no sólo eso, sino que se han encontrado ofertas en páginas de segunda mano como eBay anunciando estas zapatillas por precios desorbitados, entre 300 y 500 euros, cuando su precio de base rondaba los 13 euros. Cuando uno consume arte kitsch digamos que lo hace por exhibir las propiedades de ese tipo de arte, a saber, lo extravagante, lo pretencioso, pero siempre en relación a una apreciación particular



Extremely RARE Lidl Trainers Bundle
Nuevo (de otro tipo)
720,82 EUR
2 pujas
+5,54 EUR envío
faltan 3d 15h (Viernes, 2:22)
De Reino Unido

Lidl Sneaker Größe 42 - UK 8 - Limited Fan Edition + Lidl Socken Größe 39-42
Nuevo (de otro tipo)
555,00 EUR
+45,00 EUR envío
De Alemania

Lidl Sneaker - Größe 42 - Limitierte Fan Edition + Socken 39-42 EU 42 men
Nuevo (de otro tipo)
455,00 EUR
0 pujas
999,00 EUR
+11,39 EUR envío
faltan 5d 6h (Sábado, 16:45)
De Alemania

de la belleza. Que la gente compre en masa unas zapatillas del LIDL lo hace principalmente para reírse de esa extravagancia, que no sólo es por una cuestión del diseño, por el colorido, sino por el hecho de que ha sido LIDL quien las ha sacado a la venta, cumplimentando así el criterio de incongruencia que definimos con anterioridad. Para ponerlo en contexto, es como si en España la empresa Mercadona sacase también un modelo

21 Goriunova, Olga. "The force of digital aesthetics: On Memes, Hacking, and Individuation". *The Nordic Journal of Aesthetics*, Vol.24, No.47, 2015, p.57

de zapatillas. No hay ninguna duda de que ocurriría lo mismo, estarían agotadas al día siguiente simplemente por el meme.

Por otro lado tenemos el ejemplo de la marca de ropa *Supreme*, en cuyo caso el proceso va en dirección inversa. El asunto con esta marca es que empezó a despertar la comicidad al ver que con un diseño excesivamente simple e insustancial conseguía vender en grandes cantidades. Como respuesta, mucha gente empezó a imprimirse sus propias camisetas con el mismo formato de diseño, pero cambiando la palabra *Supreme* por *Suprememe*. Este ejemplo es sin duda otro más que expresa este comunitarismo humorístico, en el que la principal motivación es la de confirmar compinches, reafirmar la participación que uno tiene dentro de la comunidad genérica de usuarios de memes, o concretamente en una micro-comunidad de referencias particular.

Humor líquido

Mientras que en el anterior apartado introduje el concepto de “democratización del humor”, aquí pretendo exponer las propiedades que ha adquirido el humor dentro del marco estético. Como ya puede intuirse, este apartado busca sugerir una posible analogía con el concepto de liquidez empleado por Zygmunt Bauman. Sin embargo, ni mucho menos la explicación va a ir en la línea de una crítica a la efimeridad y devaluación aplicada al humor como consecuencia de una falta de arraigo, sino más bien como una presentación de la capacidad de la comedia para colarse en todos los aspectos de la realidad. Ciertamente, no podemos pasar por alto el atributo de la volatilidad para referirnos a esta nueva comedia, ya que como dicen Laine Nooney y Laura Portwood-Stacer la fluidez toma primacía sobre el origen²². Esto significa dos cosas. En primer lugar, que los usuarios en su labor de consumidores exigen cambios rápidos con respecto a un ejemplar “original”, y segundo que los usuarios en su labor creativa se exigen continuar con la exhibición de sus habilidades. En cierto modo, a veces pareciera que la risa no es tanto el fin, sino más bien lo sería la simple exposición del meme como si éste fuera una obra de arte. Como dije antes, los usuarios ya no se limitan a su labor consumidora, sino que toman el rol de productores de sentido humorístico y cultural, en tanto que interpretan los memes y los crean adaptándolos a sus circunstancias subjetivas. Anteriormente expliqué cómo a partir de la que puede considerarse una “comunidad genérica” que aúna a todos los usuarios partícipes de las lógicas y dinámicas meméticas, se fundan parcelas de referencias concretas, o como yo les llamé, micro-comunidades de referencias. La

²² Nooney, Laura. Portwood-Stacer, Laura. “One Does Not Simply: An Introduction to the Special Issue on Internet Memes”. *Journal of Visual Culture*, Vol.13, 2014, pp.248-252

liquidez del humor se da cuando éste es el motor causal de la cultura. Y en este caso, por cultura me refiero a la culturización, a saber, la amalgama de conocimientos que orientan a uno sobre el contexto de su realidad. A lo que voy con esto es que si ahora una gran parte de la sociedad (los usuarios) tiene la oportunidad de tomar la iniciativa para ser productores de sentido cultural, entonces el humor se convierte en la motivación por la cual uno se interesa por diversos ámbitos sociales o de conocimiento a fin de adquirir más material con el que producir potenciales memes. Dicho de otra manera, yo puedo ser una persona completamente desinteresada acerca de un cierto tema, pero mi afán social es ser partícipe de cuantas más micro-comunidades posibles en las que reírme de referencias. Por ello, como mi disposición es entrar en nuevos minicampos de referencias, si por casualidad me encuentro un meme que me resulte interesante y con un buen potencial cómico, que verse sobre una temática sobre la que no tengo ni idea, pongamos por caso, el Siglo de Oro español, yo puedo verme interesado a investigar sobre ese tema a fin de poder seguir las referencias que se sigan haciendo. Prueba de ello son los casi 90.000 seguidores que tiene la cuenta llamada *La Historia es Meme* en Instagram, puesto que muy probablemente usuarios que en principio no guardaban un interés declarado por la historia, se hayan hecho adeptos a esta temática y inclinados a aumentar sus conocimientos en esta disciplina precisamente por haberse encontrado con esta cuenta y ver que su contenido era genuino y potencialmente muy gracioso. De esto seguramente puede dar buena cuenta la disciplina de la filosofía, ya que también ha mostrado un gran potencial de adaptabilidad a los memes. Un caso muy genuino que se me ocurre es el que probablemente ha experimentado Gustavo Bueno en términos de visitas a sus medios de difusión. Culpa de ello la tienen cuentas que manejan el formato de la descontextualización (generalmente conocidas como Out of Context), que extraen fragmentos de vídeos, imágenes o frases completamente fuera de contexto y que evidentemente causan gracia en cualquier persona, independientemente de si tiene conocimiento sobre el contexto o no. El filósofo español Gustavo Bueno, como es sabido, tenía una cierta gracia a la hora de expresarse y un mal genio bastante pronunciado que le hacía entrar en polémicas cuando asistía a programas de televisión. Esta potencia cómica ha suscitado muchos memes sobre este filósofo, y un cierto éxito de viralización²³. Si estos memes no han hecho que la gente empiece a investigar sobre el materialismo filosófico (en mi caso así ha sido), como mínimo han incitado a que se busque la información acerca de quién era y de qué hablaba este señor. Otro ejemplo muy reciente fue el del programa deportivo español *Colgados del Aro*, en el que se habla fundamentalmente de baloncesto. Ciertos usuarios consiguieron extraer varios memes de este programa, puesto que en él abundaban los momentos cómicos y surrealistas. La cuenta que extraía esos memes descontextualizados alcanzó un mayor

23 Iris Simón, Ana. "Por qué este filósofo español se ha convertido en un meme". *Vice*. 2019.

número de seguidores que la cuenta original del programa, y en vista del éxito, los presentadores del programa se hicieron eco de este fenómeno y comenzaron a adaptar su guion a fin de darle material a la cuenta que les memetiza. Mucha gente reconocía que no tenía ni idea de baloncesto ni le interesaba, pero que seguía el programa por los memes que podían sacarse. En resumen, lo que aquí trato de expresar es que mediante el formato del meme el humor consigue motivar nuevos intereses sociales e intelectuales con la finalidad de mantener la participación descubriendo y adhiriéndonos a nuevas micro-comunidades de referencias.



(Meme sobre la anécdota entre Platón y Diógenes, en la que éste último se burlaba de la definición de Platón sobre el hombre, diciendo que éste era un “bípedo implume”)

Lo que podemos decir con certeza a estas alturas es que el humor líquido encharca la realidad y nos hace adquirir la percepción de pisar por un territorio inestable, donde todo es susceptible de broma y memetización. Cabe señalar en este sentido un fomento de la “adicción” a la comedia, en tanto que lo humorístico se convierte en un motor fundamental para que las personas se motiven a aglutinar mayor cantidad de información sobre la realidad. Un ejemplo que puede mostrar esa percepción sobre una realidad resbaladiza es la *frase meme* de “vivimos en una simulación”. Esta frase suele abundar allí donde sucede algún evento social peculiar, como por ejemplo cuando el cantante estadounidense Kanye West presenta su candidatura para ser Presidente de los Estados Unidos. Ciertamente es un hecho bastante hilarante, pero mi punto es que la perspectiva hilarante es una tendencia adquirida a medida que uno es usuario de los memes, porque va desarrollando un ojo avizor con el que percibir lo cómico en todo, y por tanto posibilidades de extracción memética. Una pose, una cara, una conversación, una situación incómoda, etc. Cuando las técnicas intertextuales o descontextualizantes están en un nivel apto, las sombras del humor empiezan a aparecer por todos los sectores de la realidad, haciendo que cada vez sea más difícil mantener una actitud seria, porque ahora todo es resignificable o resemantizable, lo cual puede tener una lectura positiva en el sentido en que puede dar lugar a un refinamiento de la inteligencia o en todo caso la culturización de las sociedades. Esta consecuencia era algo con lo que no han contado los teóricos que han hablado de la

risa, mismamente como Morreall, quien siempre vio de forma muy positiva en sentido social que se cultivase el sentido del humor. Ahora mismo la extracción estética orientada a lo cómico y la performatividad asociada a ésta están situándose como una prioridad en lo cotidiano a tal punto, que parece que lo accidental es lo sustancial.

Humor como herramienta política, sociocultural y comercial

Obviando la asimilación de la comedia como una prioridad esencial en nuestra vida cotidiana, es de suma importancia reconocer el formato del meme trae otras muchas consecuencias que tienen lugar en lo cotidiano. Claramente el motivo cómico siempre está ahí, pero las motivaciones humorísticas que hemos detallado anteriormente que al parecer nos mueven a la risa no sólo se limitan a un ámbito puramente lúdico, sino que, por ejemplo, que mediante el meme podamos amplificar la capacidad de caricaturizar, o en un sentido más fuerte, humillar o ridiculizar, nos induce a ver en el meme una potencial herramienta política con la que incitar a que ciertas ideas prosperen. Es decir, el hecho de que el meme esté dominando la cultura no implica que el afán de divertimento sea la única dirección que toman los individuos, ya que los usuarios son conscientes de la potencia comunicativa que tienen los memes, por el simple y obvio motivo de que lo que hace reír es más llamativo que cualquier cosa -como consecuencia del humor líquido, que mencioné antes-. Es por ello, por lo que éstos ya se han integrado en la dialéctica política y social. Tan es así, que en las redes sociales o foros de Internet donde habitualmente han tenido lugar discusiones políticas ahora proliferan memes donde generalmente se caricaturiza al contrario. Por ejemplo, una de las formas más clásicas de ridiculizar a Obama es versionar la icónica frase de Martin Luther King, *I have a dream* (*Tengo un sueño*), cambiándola por *I have a drone* (*Tengo un dron*), en referencia a las ejecuciones militares que realizó la administración de Obama en Oriente Medio usando la tecnología del dron, siendo este hecho algo muy reprochado por ciertos grupos sociales.



Como sea, el caso es que la caricatura se ha comido gran parte del espacio político, y por tanto del terreno intelectual que se le presupone a las discusiones políticas. No entraré aquí a valorarlo positivamente o negativamente, puesto que en ese aspecto unos pueden pensar que es tremendamente negativo que el intercambio de ideas políticas esté quedándose en la simple extracción de un estereotipo, anulando así la riqueza conceptual de un discurso intelectual elaborado, y sin embargo, habrá otros que piensen que desde una óptica pragmática es positivo que así sea porque en última instancia hay más gente participando en temáticas políticas. El asunto que yo señalo es precisamente ese, que la capacidad expresiva de los memes le abren la puerta a personas a participar de un tema simplemente porque ahora es fácil. Prepararse intelectualmente, leer libros, y en definitiva hacer un esfuerzo para poder ser partícipe de la política no suscita el mismo interés que reducirlo todo a unos memes con los que puedo definir perfectamente los espectros políticos en base a caricaturas de bastante potencia expresiva. En definitiva, cuando el divertimento tiene la oportunidad de penetrar con fuerza en un ámbito, atrae a más gente a ese ámbito, haciendo patente lo que decíamos anteriormente, es decir, que la risa como motor incita nuevos intereses. Entre buscar una discusión seria y con argumentos, fundados en la lectura de tratados de filosofía política o de economía, y ridiculizar y burlarte de un adversario mediante la captura superficial de su esencia ideológica, generalmente la opción que se escoge es la segunda. Pero no necesariamente porque uno como activista de una ideología tenga la única intención de reírse o de exponer al otro, sino porque es sabedor de que la aprehensión del espacio político le va a quedar más clara al público, de tal modo que en sentido pragmático le va a retribuir un mayor beneficio a la hora de convencer o de buscar la complicidad con otros simpatizantes.

Hablando de memes un poco más complejos, podemos comentar uno relacionado con la paradoja de la tolerancia del filósofo vienés Karl Popper. Y es que en la izquierda posmoderna ha sido muy habitual utilizar una famosa ilustración sobre la paradoja de Popper, en la cual se simplifica el razonamiento de que no se puede tolerar la intolerancia porque de esa manera habría una apertura para la intolerancia. Es por ello que algunas personas -pertenecientes a la derecha alternativa o no- con algo más de formación sobre la obra de Popper en la que aparece esa paradoja (*La sociedad abierta y sus enemigos*) se han dado cuenta de que la pretensión intelectual que tienen los usuarios izquierdistas de esa ilustración es un meme, porque aparte de haber hecho una reducción muy simplista de la obra, en las redes hacen un uso indiscriminado de la misma, dado que a cualquier persona discrepante con sus ideas pretenden aleccionarla mostrándoles la viñeta. De ese modo, la plantilla en la que acontece la ilustración ha sido memetizada por muchos de esos usuarios para ridiculizar la postura izquierdista sobre la supuesta intolerancia a la que hacen referencia.



Ilustración original

La ilustración convertida en meme

Y es que a mi juicio no es baladí esa conclusión de que lo risible ha sido identificado como un bien muy estimado dentro del mercado, ya que progresivamente los medios de comunicación, que en principio funcionaban de forma estándar, han ido adaptando una postura con la que pretenden adherirse a los movimientos *millennial*, y en la que su función ha trascendido el periodismo más tradicional, pasando ahora a ser fabricantes de memes. Tal es el caso de empresas como BuzzFeed o Vice, que no han escatimado esfuerzos por adaptarse a las exigencias que se sugieren desde los foros y las redes sociales. No es algo que únicamente hayan adoptado este tipo de compañías, que en última instancia cuya pervivencia comercial depende exclusivamente de la existencia de la red, por lo que se podría decir que ese esfuerzo por reciclarse y participar de la lógica memética es una necesidad en su sector -el de la información-, sino que negocios cuyos bienes ofrecidos a la sociedad son tangibles y adquiribles en “la vida real”, también han aprovechado el meme para usar el humor como herramienta de marketing. El conglomerado empresarial conocido como Virgin empleó vallas publicitarias con un famoso meme en el que aparece un niño haciendo un gesto gracioso (Success Kid). Blizzard Entertainment, una famosa productora del mundo del entretenimiento trató de hacer un meme en referencia a Chuck Norris en un spot en el que anunciaban el lanzamiento de un videojuego. O por poner un ejemplo más patrio, la empresa de viajes Destinia utilizó un archiconocido meme de Julio Iglesias en el cual se pretende acentuar la presumible virilidad del cantante (Y lo sabes) para hacer una campaña. Por otro lado, y siendo posiblemente uno de los casos más sonados, está el caso de la firma italiana Gucci, que en 2017

incorporó en su cuenta de Instagram un par de memes para promocionar una nueva línea de relojes, siendo concretamente estas publicaciones un éxito rotundo en términos de *engagement*, que en el mundo del marketing es un concepto que se refiere al nivel de interacción que hay entre un negocio y la audiencia.

De modo que, tras haber visto los alcances que ha adquirido el formato del meme la tesis de la presente investigación se va consolidando, a saber, que el humor es el arma del presente.



Plantilla genérica del meme



Readaptación para campaña comercial

Autorreferencialidad, metahumor y locura. El Efecto Droste en la comedia

Si bien es cierto que todo tipo de empresas, artistas, políticos y demás agentes de la sociedad están intentando entrar en la participación humorística que posibilitan los memes en tanto que se ha observado la tendencia que sigue el mundo, y que lo humorístico es una de las formas más eficaces de movilizar a las masas, no se sigue de ahí que los memes que puedan hacer esta suerte de “intrusos” consigan hacer gracia per se. Y es que antes hemos dicho que una de las cosas fundamentales es que para que un meme sea gracioso y genuino, y por tanto aprobado por las comunidades de usuarios que pueblan la red, necesita de una cierta espontaneidad. Nadie va a negar que lo que produce BuzzFeed sean memes, ya que teóricamente lo son, pero su potencia cómica es mucho menor precisamente porque es sabido que son forzados. Este concepto del “meme forzado” es algo intuitivo para todo aquel que se halle moderadamente inserto en el mundo de Internet, y es algo que no supone tampoco una novedad, ya que mismamente cuando vimos a Bergson pudimos ver que uno de los arranques de la risa es la espontaneidad con la que se presenta una anormalidad,

o mejor dicho, un elemento lo suficientemente genuino como para captar nuestra atención. En relación a esto, el problema que aquí se plantea es que esos memes que utilizan por ejemplo marcas o medios de comunicación sí hacen gracia, pero no porque su creación en sí sea lo suficientemente buena, sino por quiénes han sido los que han utilizado los memes. Es decir, lo espontáneo y genuino que sorprende es que alguien a quien se le presupone ajeno a la participación cibernética donde transcurren los memes de repente se muestre como un nuevo usuario de los mismos. Lo hilarante es que una gran empresa o un líder político se postulen como sabedores de esta nueva forma de comunicación. Las micro-comunidades de las que hablamos antes evidentemente se subsumen a sí mismas como partícipes de una gran comunidad, que es la red, pero de la misma manera en la cual se presupone qué tipo de usuarios son los que juegan con el meme en la red, también se presupone quiénes están fuera de ese dominio. Claramente uno no espera que una agencia de viajes como Destinia se meta dentro. Aunque esto puede tener un tinte más sociológico, dado que por ahora, la mayoría de usuarios son personas jóvenes y bien podrían tener una reacción similar si ven a sus padres haciendo uso de los memes, ya que es algo habitual en estos tiempos que las generaciones más jóvenes se hayan erigido como portavoces exclusivos de la cultura. Pero en todo caso, ese elitismo discriminatorio es algo que se da en la red, pero solamente por una parte muy concreta de usuarios, aquellos que han trascendido la mera condición de practicantes de la democratización del humor, y cuyo motivo es el que nos trae la problemática que aquí quiero señalar. Y es que si bien no podemos afirmar que sea intrínseco al funcionamiento de los memes una discriminación hacia ciertos tipos de agentes sociales para que la realización de la comedia tenga fundamento, ya que como hemos dicho en todo momento, este fenómeno aspira a democratizar el humor y a basar gran parte de la comunicación social en éste, también es cierto que surge una jerarquía. En esta suerte de élite a la que estamos aludiendo, se da el caso de una integración muy profunda del lenguaje cómico que es el meme, lo cual incita a que tenga lugar un tipo de humor muy particular, que es el metahumor, a saber, el humor que versa sobre sí mismo. Dicho de otro modo, el formato meme auspicia la autorreferencialidad, siendo ésta el punto culmen del humor líquido. Si el humor ahora aguarda como el monstruo en la sombra claramente también tiene que hacerlo tras la sombra de los propios memes. A propósito de esto he tenido la ocurrencia de referirme a este fenómeno como el Efecto Droste de la comedia.

El Efecto Droste es definido como el fenómeno que ocurre cuando en una imagen se da una recursividad de la misma imagen. Es decir, en una imagen se contiene en un formato más pequeño la misma imagen, sugiriendo así una recursión *ad infinitum*. Me ha parecido interesante transportar este concepto hacia el entendimiento de la comedia, en tanto que según puede verse, la

autorreferencialidad o en este caso los metamemes parecen surgir como nuevo estadio estético tras pasar mucho tiempo inmerso en estas dinámicas de creación y consumición de contenido.

En contra de la creencia de que el intento de explicar una broma la estropea, en este caso es al contrario. En los memes que son generalmente valiosos no existe una autoría a la que adjudicar un cierto meme, es decir, la noción de autor queda completamente anulada respecto del meme, confirmando así el carácter no sólo democrático que adquiere la comedia, sino comunitario. Por la forma en que hemos ido definiendo los memes se entiende que, al partir de plantillas dialógicas o *stocks* y exhibiendo con frecuencia un mismo formato de edición, carece de sentido atribuir autorías. Sin embargo, en caso de ser necesario, la “función autor” descrita por Barthes o Foucault que en principio es diluida por la obra misma, es resucitada como fin humorístico, si una entidad que se postula externa al hábitat memético expide un meme o exhibe un manejo de estas técnicas. Este movimiento de recuperación del autor que sustituye a la obra como finalidad cómica se da precisamente por la ironía con la que los usuarios se autorrefieren a sí mismos y a los peculiares submundos que han creado, donde de manera especulativa se piensa en los posibles miembros y en los posibles agentes externos. Digamos que, llegados a este punto, lo que busca alguien que quiera hacer meta-referencias meméticas es forzar al máximo el ocultamiento de los códigos con los que buscar compinches, quizá con la intención inconsciente de reforzar y consolidar esa micro-comunidad a la que pertenece. Esa búsqueda de prevalencia de un cierto grupo no es solamente el motivo por el cual utilizan este tipo de humor, sino también por compartir entre ellos su percepción estética sobre la existencia.

Ese punto de autorreferencia motiva a mi juicio el hecho de la liquidez, entendida como fugacidad en la duración de la viralidad de los memes. Más que nada porque en la meta-comprensión, o si se quiere, hermenéutica memética, se pone de manifiesto la contigencia de la cultura, atribuyéndole a esta contigencia un sentido del ridículo. Es decir, supongamos que ahora en el año 2020 utilizo una broma de hace cinco años o incluso mucho menos. Si esta reutilización de la broma logra hacer gracia no es por su contenido en sí, sino por hacer una referencia subrepticia a su estatus de “broma anticuada”. Este juego de superposición de significados constata no sólo la esencia líquida de este nuevo humorismo, sino también una apertura masiva al absurdo. Es decir, ya sabemos que el absurdo dentro del humor ha estado frecuentemente asociado a ciertos tintes existenciales, y es por eso por lo que al entrar en esta dinámica de autorreferencialidad y autoparodia la causa estética es el suspenso de las expectativas. La base del absurdo es subvertir los patrones de expectativas, pero aquí no se trata de eso, aquí se trata sencillamente de suspenderlos y plantear un péndulo que se mueva entre lo cómico y lo no-cómico en el que, ante la duda, siempre se incline uno por la risa.

“Ver la vida de uno mismo en el contexto de la evolución humana o de la historia de Europa destacará la contingencia, la relativa insignificancia y arbitrariedad de las pasiones, gustos, placeres, dolores y deseos más profundos y personales de uno. (...) Tal es así, que quiero explorar cómo una respuesta cómica a la absurdidad de la condición humana podría estar justificada.”²⁴

El género que conocemos como humor absurdo encuentra pleno acomodo en este nuevo formato, y de hecho ya se encuentra “institucionalizado” bajo el subgénero del *shitposting*. Básicamente en lo que consiste este subgénero es en una sublimación de la descontextualización y en una expresión deliberada del mismo absurdo al que se ha llegado. En contra de lo que pueda parecer, un tipo de comedia así, donde aparecen elementos inconexos, tales como imágenes de personajes conocidos con letras en árabe, realmente remite a una procesualidad previa, por ello es que lo considero parte del metahumor y la autorreferencialidad. Es decir, muchas veces los intentos de humor absurdo pueden llegar a producir turbiedad en el espectador. Por ello, cuando hablamos de un subgénero como este, es preciso entender que el disfrute en este caso tiene que venir precedido por una aclimatación a los memes en general, porque de lo contrario, puede darse por seguro que una persona no aclimatada no se reirá, y únicamente sentirá extrañeza. Porque realmente el elemento cómico de los metamemes es la captura de una intencionalidad que pretende jugar con contextos, momentos, significados, etc. No pretendo exponer esto como un descubrimiento muy especial, ya que bajo mi percepción lo que uno consigue atrapar tras el muro de hilaridad incoherente que presenta un *shitpost* es un equivalente al kitsch pero retorciéndolo hasta el extremo. O mejor dicho, desplazando concienzudamente el intervalo entre lo normal y lo irracional.

Sea como sea, la cuestión de fondo va más allá. La percepción estética adquirida en el uso de los metamemes tiene que ver no sólo con la exposición de la contingencia cultural e histórica, sino también a lo absurdo de los momentos culturales e históricos. El hecho de que la vida social actual ofrezca tanta cantidad de estímulos y por tanto, de cambios, hace inapresable nuestro momento histórico, y es precisamente el absurdo asociado a esto lo que inspira esta nueva forma de comedia. Si cada mes prácticamente hay nuevos contenidos y nuevas referencias, si el presente no deja espacio para su asimilación, si la esencia de lo real exacerba la volatilidad, entonces el malentendido, el fallo risible, la rigidez que describe Bergson es la propia realidad. Si a la comedia se la ha definido con frecuencia como una suerte de liberación de la tensión o fatiga que produce la vida, ante esta vida concreta que tenemos con sobreabundancia de información se presenta más

24 Plant, Bob. “Absurdity, incongruity and laughter”. *Philosophy* (journal of The Royal Institute of Philosophy) Vol.84, 2009, pp.121- 123

necesario una ensoñación que nos dé descanso. O al menos esa es la interpretación que parecen adoptar los ávidos usuarios que alcanzan el nuevo metahumor, porque bien podría decirse igualmente que la adicción a la constante ensoñación cómica es fruto de una renuncia a fatigarse en la profundidad de lo real.

Lo que suscita este panorama es la imposibilidad de poner freno a la parodia de la vida. Por ejemplo, Bergson dice que la acción es voluntaria y el gesto es automático. En los metamemes, hacia donde se dirige la acción voluntaria es a reproducir ese gesto automático, porque se ha reconocido como tal. Evidentemente, llegados a este punto, la comedia inspirada en los memes ya no queda restringida al ámbito cibernético y pasa a asentarse en la cotidianidad. En este sentido, si yo he sido memetizado en alguna ocasión, puedo hacer humor performatizando aquello que motivó en su momento el que alguien extrajera de mí un elemento cómico para cometer una burla. Es decir, que vamos a contracorriente de esta cita de Bergson en *La risa*: “*Por mucha curiosidad que el poeta cómico sienta por las ridiculeces de la naturaleza humana, no acudirá, yo creo, a buscar las suyas propias.*”

La noción de subjetividad como agente que padece su extrañeza en un contexto avasallador se convierte en motivo de risa. Y en esta línea, la recursividad es infinita. Parece que la motivación vital de un individuo es hacer de sí una buena extracción para exhibir en la dimensión cómica. Podemos poner algunos ejemplos que han tenido la suficiente relevancia en Internet como para ser reconocidos. Mismamente el caso de *La Chica Desastre (Disaster Girl)*, donde se aprecia a una chica mirando a cámara mientras un edificio se está incendiando. El motivo cómico de este meme es que, independientemente de cuál sea el edificio que se está quemando, uno puede imaginar fácilmente que la situación es que la chica ha sido la autora del incendio de su colegio, correspondiendo así a una fantasía recurrente que hemos tenido todos de niños.



Es evidente que el meme de la niña es el original, y el otro es una referencia a éste mismo. Creo que el ejemplo es lo suficientemente gráfico como para mostrar que la omnisciencia de la comedia no es una exageración, en tanto que una persona es capaz de aprovechar un incendio real, que en principio se debería interpretar como una situación turbia, para hacer una parodia y por tanto un metameme. Otro ejemplo similar puede ser el de la paella derramada. En España una familia cocinó una paella y mientras una de las personas está mostrando su creación para la foto, la paella se le derrama, siendo que la foto captura exactamente el momento en que la comida empieza a caer. La viralidad de esta imagen ha motivado a gente a cocinar una paella para tirarla al suelo y hacer la foto. La vida es interpretada como una parodia de sí misma, la liquidez ha empapado todo aspecto de la realidad, y el motivo de constante risa no es otro que la incapacidad de apresar la distinción entre lo real y lo paródico, por la propiedad resbaladiza de lo líquido.

Uno de mis memes favoritos y que más uso en mi día a día es el de “vivimos en una sociedad”. Para ponerlo en contexto, esta frase es extraída principalmente de imágenes no-irónicas donde aparecía el personaje del Joker y una frase que destilaba una suerte de pseudo-melancolía reflexiva. El personaje del Joker, como sabemos, es un estándar del individuo incomprendido al que la sociedad toma por loco. Las frases que aparecían principalmente eran del tipo “Vivimos en una sociedad donde mentir se volvió rutina, traicionar en monotonía y ser hipócrita en nuestro pan de cada día”. Al parecer, el carácter infantilmente nostálgico a la par que ridículamente obvio que desprendían estas imágenes, generalmente publicadas en páginas como Fotolog o Desmotivaciones, fue apreciado por ciertas personas para extraer el “vivimos en una sociedad”. En mi caso, como he usado este meme recurrentemente, gran parte de mis amistades captan con agilidad la referencia, y es por ello por lo que hemos podido desarrollar una meta-referencia, en la que básicamente acortamos el meme directamente a un “vivimos”. El verbo “vivir” y el sustantivo “sociedad” ya activan nuestros interruptores cómicos independientemente del uso que se les dé a estas palabras. De hecho, al comienzo de este trabajo de investigación, una de las primeras frases que he utilizado ha sido precisamente “vivimos en una sociedad”, de forma completamente deliberada, con la expectativa de que estas personas que forman conmigo una micro-comunidad que específicamente entiende esta broma no la hayan omitido sin darse cuenta. Aquí es donde está la clave a mi juicio, puesto que en un momento dado, a uno le resulta difícil que no haya un aspecto de la realidad del cual dudar sobre si hay una referencia oculta, sobre si el uso de tal concepto está limpio de intenciones humorísticas o no. Mismamente para mí, esta situación me resulta metahumorística. Que yo, un estudiante de filosofía, esté realizando un Trabajo de Fin de Grado sobre la temática de los memes, explicándolos con detalle, y pretendiendo hacer de ello algo serio y académico es sin

lugar a dudas un metameme, razón por la cual hay un séquito de personas esperando a que este trabajo esté terminado. Digamos que esta situación es lo suficientemente hilarante como para encajar en un criterio humorístico en base al cual reírse, pero el humor autorreferencial siembra la duda acerca de cuál ha sido mi auténtica intención de hacer este trabajo, si un interés académico real, o simplemente provocar la risa y exaltar lo absurdo de la vida.

Conclusiones finales: Sobre el humor negro y un posible post-humorismo

Como he ido diciendo a lo largo de todo el ensayo, creo que la temática del humor en el ámbito de la estética ha de ser un territorio a explorar ya no sólo por la pertinencia que tiene con las circunstancias actuales que he ido describiendo, sino simplemente por el hecho de haber sido una dimensión humana llena de connotaciones peyorativas dentro de la filosofía. Bien sabido es que los mártires de la filosofía griega que eran Sócrates y Platón ya sugerían que el sentido del humor era una emoción enemiga de la razón, y que de algún modo fomentaba la naturaleza perniciosa del ser humano, motivo por el cual en la figura del “guardián” se valoraba la ausencia completa de arrebatos cómicos. No se desvió mucho Aristóteles cuando dijo en la *Ética a Nicómaco* que la risa debía regirse por la moderación, de la misma manera en la que uno hace cuando toma unos vasos de vino. Los guardianes que han custodiado la filosofía académica han mantenido muy poco interés por abordar este tema, haciendo parecer que el presunto componente malicioso que hay en el humor ha quedado establecido de manera inamovible. En cierto modo esos motivos me han animado a emprender esta investigación, en la que creo a mi juicio haber ofrecido nuevas visiones que aporten un poco más de profundidad, o por lo menos, haber desligado de la risa atributos de corte violento, basados en presunciones antropológicas y psicológicas, como los autores que suscriben una teoría de la *superioridad*.

Además, creo que el hecho de que la significación de lo cómico sea un sector poco explorado es por mor de una de las conclusiones más fuertes que pueden extraerse de este tema, y es que el humor siempre plantea fricciones. La seriedad y el empeño con el que se ha esforzado el género humano para sistematizar teorías éticas con las que modular la conducta humana se ven desafiados por la carcajada. Ya hemos explicado anteriormente desde la perspectiva freudiana cómo el individuo cómico y desafiante se postula como un sujeto cuya regulación emocional es deficiente, declarándose implícitamente como enemigo de la cordura. Sin embargo, al margen de esta

consideración creo que haber recorrido el mundo humorístico desde una perspectiva actualizada por la presencia de los memes es valioso quizá a fin de de emparentar la comedia con la racionalidad, tal y como plantea Agnes Heller en su obra *Inmortal Comedy*. Heller nos dice que la heterogeneidad que se da en la vida cotidiana tiene que corresponder paralelamente con una heterogeneidad en las formas en las que se hace comedia²⁵, dado que el humor es una forma de expresión racional. Es una aseveración que ya hemos dejado entrever a lo largo del ensayo, pero, ¿en qué se basa dicha expresión racional a la que se refiere Heller? Básicamente señala a la risa como una forma de juicio, de manera similar a Bergson. Y consecuentemente, en tanto que el acto de enjuiciamiento o valoración de una realidad que se nos presenta es indicio de una actividad racional, Heller planea presentar a la comedia como un nexo entre el ejercicio racional y la motivación que siempre le ha sido achacada a la comedia, es decir, las meras emociones. No es secreto para nadie que a lo largo de la historia de la filosofía occidental se ha presentado como un antagonismo la dimensión racional de la emocional, y es precisamente por eso por lo que el fenómeno del humor puede ser interesante como un posible salvoconducto, no con la pretensión de que concilie ambas dimensiones, sino simplemente con el objetivo de que lo risible tenga cabida en la sobriedad que exige una investigación sobre el asunto. Ni mucho menos es por un simple capricho filosófico, sino más bien porque a efectos prácticos hemos podido ver (no sólo ahora con los memes sino toda la vida) que el humor puede servir eficazmente a la transmisión de ideas y de conocimiento. De ese modo, podremos concluir nuevas perspectivas sobre problemáticas que nos conciernen en el mundo actual.

En ese sentido, me gustaría plantear un par de cuestiones. En primer lugar, hay un tema del que no se ha hablado aquí en detalle, pero que sin duda alguna tiene un vínculo muy importante con la temática expuesta, y es el de los límites del humor. Personalmente creo que es un tema que perfectamente podría haber dado lugar a otro trabajo de investigación, así que me reservaré la ocasión de tratarlo en profundidad. Sin embargo, creo que merece la pena mencionar que precisamente uno de los interrogantes respecto a los memes es si, en aras de su capacidad comunicativa, estos tienen a su favor el poder sortear la barrera de los límites del humor que muchos pretenden imponer. Es decir, en formatos clásicos como los chistes o los monólogos hemos tenido muchos ejemplos de censura al humor negro. Hace unos años mismamente, el humorista español Rober Bodegas recibió una brutal reprimenda por parte de muchos colectivos, dado que en uno de sus monólogos comenzó a contar chistes en los que se metía de forma estereotipada con los gitanos. A mi juicio el meme desarticula la posibilidad de reacción crítica ante el humor negro, principalmente por dos motivos. En primer lugar por la simple fuerza avasalladora que en muchos

25 Heller, Agnes. *Inmortal Comedy*. Lexington Books, 2005, p.7

casos los memes han expresado, y en segundo lugar por la baza de lo inesperado. En lo referente al primer aspecto apuntaría al hecho de que el juego de imágenes o extracciones fundamentalmente, y por ende, la no realización de un discurso con el lenguaje que utilizamos en la vida real consigue pasar por encima en el sentido más violento, sobre los posibles intentos de censura, siempre y cuando supongamos que hay una vinculación necesaria entre el uso de las palabras y nuestra condición moral. En lo que respecta al segundo motivo, cabe decir que alguien que utilice un formato clásico, tal como un guion, en mayor o menor medida hace más intuitivo lo que está por venir, -de nuevo, por el uso del lenguaje cotidiano-, en cambio el meme cuenta con muchos más elementos a su disposición con los que crear una idea humorística, en tanto que hemos visto cómo el formato potencia el ingenio estético de los individuos. De ese modo, los memes parecen ser un salvavidas del humor negro, porque a un monologuista se le puede censurar, a una serie con contenido polémico también, pero la creación de memes siempre puede acoger el sentido del humor más macabro. La única barrera que podría detener al humor negro actualmente sería directamente la intervención de los poderes políticos en Internet, y aun así tendría mis dudas, puesto que un cierto nivel de ironía y del metahumor podría seguir sorteando la censura y a su vez exponiéndola. Si un Estado en nombre de la moralidad interviniese en las actividades cibernéticas de los ciudadanos necesitaría entender una gran cantidad de referencias de muchas microcomunidades meméticas para poder saber qué censurar y qué no, con lo que lo tendría muy complicado. En ese sentido, no queda sino reconocer la teórica victoria de la democratización del humor y la creatividad inaudita de los memes para combatir posibles ataques a la libertad de expresión.

El otro interrogante que quería plantear en estas consideraciones finales es acerca de una de las tesis claves de este ensayo, y es la pregunta subrepticia que a más de uno le puede surgir cuando ya alcanza una cierta perspectiva estética tras el uso continuado de los memes, la de si la vida es un meme. Evidentemente todos sabemos que no, porque hoy por hoy, las salpicaduras del mundo cibernético al mundo real, es decir el mundo al que nos tenemos que enfrentar una vez que salimos del ordenador o del teléfono, no son tan fuertes como parece. Sin embargo, mi pregunta es acerca de si puede llegar un momento en que la pregunta deje de ser una suerte de metáfora explicativa, y sea realidad materialmente palpable. Es decir, a sabiendas de los grandilocuentes proyectos que ha pensado el post-humanismo para la humanidad, probablemente entre ellos se encuentren formas de comunicación más inmediatas, capaces y precisas. Podemos pensar en que si la tendencia avasalladora de lo cómico sigue en aumento, quizá en un cierto momento, cuando las condiciones técnicas lo permitan y hayamos “superado” nuestra condición de simples humanos que tienen que seguir recurriendo a un lenguaje basado en la pronunciación de palabras, pueda haber formas de

comunicación que en el marco de la vida cotidiana incluyan memes como expresión de las ideas. En vista de la potencia comunicativa de los memes no sería descartable que estos fueran considerados activos valiosos para un nuevo tipo de comunicación, y que se planteen escenarios tales como debates entre candidatos políticos donde hagan intercambios de memes con los que exponer ciertas ideas y ridiculizar las del adversario. Esta reflexión, en última instancia, solamente pretende sugerir una vía de investigación a propósito del fenómeno de los memes y planteamientos transhumanistas y posthumanistas, algo que podríamos llamar el post-humorismo, pero en todo caso, una buena forma de cerrar este trabajo de investigación sería la de matizar aquella pregunta inicial, y afirmar en su lugar, que pese a la buena conservación de la sobriedad en la dimensión de la cotidianidad en un mundo donde cada vez el monstruo cómico ocupa más espacio, cabe pensar, quizá como culmen de la postmodernidad, que la percepción de la vida pueda llegar a ser la de que ésta sea un meme del cual reírse indefinidamente.

Bibliografía

- Arango Pinto, Luis Gabriel. “Yuxtaposición, intertextualidad y humor en los memes de la Reforma en Telecomunicaciones en México”. *Revista de Estudios para el Desarrollo de la Comunicación*, 2017.
- Baber, Harriet. Donnely, John. “Review of Taking Laughter Seriously by John Morreall”. International Phenomenological Society. *Philosophy and Phenomenological Research*, Vol. 45, No. 2, 1984, pp. 290-297
- Bardon, Adrian. *The Philosophy of Humor*. University of Wake Forest. 2005.
- Bergson, Henri. *La risa: Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Alianza Editorial, 1900.
- Blackmore, Susan. *The Meme Machine*. Oxford University Press. 1999.
- Bown, Alfie. Bristow, Dan. *Post Memes: Seizing the Memes of production*. Punctum Books. 2019.
- Castaño Díaz, Carlos. “Defining and characterizing the concept of Internet Meme”. *Revista CES Psicología*, Vol.6, No.2, pp. 82-104, 2013.
- Cannizzaro, Sara. “Internet Memes as Internet signs: A Semiotic View on Digital Culture”. *Sign Systems Studies*, Vol.44, No.4, 2016, pp.562-586

Critchley, Simon. *On Humour*. Routledge, 2002.

Goriunova, Olga. “The force of digital aesthetics: On Memes, Hacking, and Individuation”. *The Nordic Journal of Aesthetics*, Vol.24, No.47, 2015, pp. 54-75

Heller, Agnes. *Inmortal Comedy*. Lexington Books, 2005.

Lull, James. Neiva, Eduardo. “Hacia una nueva conceptualización evolutiva de la comunicación cultural”. *Revista Comunicar 36: La televisión y sus nuevas expresiones*, Vol.18, No.36. 2011.

Margulis, Mario, Urresti, Marcelo. *La segregación negada: Cultura y discriminación social*. Editorial Biblos, 1999.

M. Miltner, Kate. “Internet Memes”. *The Sage Handbook of Social Media*, Vol.22, 2017

Milner, Ryan. *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. The MIT Press, 2016.

Morreall, John. “A New Theory of Laughter”. *Philosophical Studies: An International Journal for Philosophy in the Analytic Tradition*, Vol.42, No.2, 1982.

Morreall, John. “Philosophy of Humor”. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, 2012.

Pérez Salazar, Gabriel. “Teoría del meme”. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, No. 136, 2017, pp.417-418

Plant, Bob. “Absurdity, incongruity and laughter”. *Philosophy* (journal of The Royal Institute of Philosophy) Vol.84, 2009, pp.121- 123

Portillo Fernández, Jesús. “Lo absurdo: descontextualización, sentido, significado y humor”. Universidad de Valparaíso. *Revista del Instituto de Filosofía*, Año 1, N° 2, 2013, pp.105 – 134

Shifman, Limor. *Memes in Digital Culture*. The MIT Press, 2014.

Sumario

Resumen.....	1
Introducción: Definir el meme.....	2
Los atributos del término: Replicación y esparcimiento.....	4

El formato como acceso masivo a lo cómico.....	9
Sección Primera: Breve comentario sobre el relevo entre lo trágico y lo cómico a propósito de lo sublime.....	9
Sección segunda: La lógica del formato y concepciones estéticas sobre el humor.....	10
Democratización del humor.....	19
Humor líquido.....	23
Humor como herramienta política, sociocultural y comercial.....	26
Autorreferencialidad, metahumor y locura. El Efecto Droste en la comedia.....	29
Conclusiones finales: Sobre el humor negro y un posible post-humorismo.....	35
Bibliografía.....	38