



**Facultad de Ciencias Sociales y
de la Comunicación**
Universidad de La Laguna

TRABAJO FIN DE GRADO

Grado en Periodismo

LA FUGACIDAD DEL MEME: ESTUDIOS DE CASO SOBRE SU OLVIDO EN EL ECOSISTEMA DIGITAL

Curso académico 2018-2019

**Alumno: José Benito Brito Guedes
Tutora: Dra. M^a Sonia China Rodríguez**

Resumen

En un contexto de avances nunca experimentados en los campos de la tecnología, la política o el medio ambiente, todo está cambiando, incluida la comunicación. Han aparecido nuevas formas de comunicarse, como los memes gracias al desarrollo de las redes sociales y la democratización de las herramientas y procesos creativos. Sin embargo, debido a la rapidez con la que suceden los avances, también ha surgido un fenómeno con fuerza, la fugacidad de los propios memes. No obstante, lejos de parecer algo obvio, este fenómeno obedece a razones de muchos campos que discurren desde las Ciencias de la Comunicación a la coyuntura de la realidad fáctica. En esta investigación se emplean distintos estudios de casos con los que comprender la forma y velocidad en la que desaparecen los memes. Se emplean los casos de Grumpy Cat y Agustín Zamarrón para indagar en qué factores propician su olvido, desde la creación constante de memes a la realidad tecnológica. Cada elemento es indicativo de una sociedad global que experimenta una aceleración constante de sus tecnologías y un agravio de su atención. A lo largo de un amplio marco teórico se hace un minucioso recorrido por todos los elementos relevantes para este estudio, además de para determinar las características del usuario en su ecosistema digital y las dificultades a las que se enfrenta. Del mismo modo, se identifican cuestiones como el *fast thinking* o el pensamiento de Byung-Chul, elementos determinantes para plantearse la economía de la atención o los nuevos retos que supone el cerebro digital. Cabe señalar que el meme emplea lenguajes nativos de internet nacidos en un ecosistema ubicuo y transcultural, el cual propicia su olvido, empleando motivos textuales o iconográficos propios de la cultura en red, con los agravios y ventajas que ello tiene. En cualquier caso, el meme está sometido a un ecosistema que convulsiona ante el crecimiento acelerado al que está sometido, lo que implica una mayor inestabilidad, pero una oportunidad para conocer una nueva faceta de la comunicación actual.

Palabras clave: fugacidad, meme, comunicación, redes sociales, tecnología

Abstract

Nowadays, we are going throughout many changes in fields like technology, politics or even environmental matters. Everything is slowly being transformed, even communication. New ways of communicating, like memes, have helped in the development of technologies and the democratization of tools and creative processes. However, due to the speed of these changes one phenomenon is extremely important: the meme's fugacity. Despite that, the interpretation of this characteristic is far more complicated than it looks. In order to reach a clear explanation, it is required to analyze fugacity from many different overviews, from Communication Sciences to the reality itself. In order to understand the fugacity and the reason why memes disappear, this study analyses two real scenarios. These two cases are Grumpy Cat and the Agustín Zamarrón memes. Each one talks about a global society, which suffers from an acceleration in its technologies and its problems in the user's attention. The digital ecosystem also provokes some difficulties to Internet users. Some of those glitches are fast-thinking or the ideas that Byung-Chul Han brings up, like the attention economy system or what the digital brain new challenges mean. It is remarkable how memes make use of a language born in the internet. That may be part of the reasons why memes are likely to be forgotten. Anyhow, memes are submitted to a system that is growing quite quickly and that is a sign of instability as much as a chance to know the new face of current communication.

Keywords: fugacity, memes, communication, social media, technology

Índice de contenido

Resumen / abstract

1. Introducción	2
2. Antecedentes	4
3. Justificación de la investigación	5
4. Hipótesis	6
5. Objetivos	6
6. Metodología	6
6.1. Integración del método científico	6
6.2. Metodología mixta	7
6.3. Estudio de casos y observación participante	8
6.4. Integración de la perspectiva de género	9
6.5. Ficha de análisis	9
6.6. Herramienta empleada	10
7. Marco teórico	11
7.1. El ámbito sociocultural	12
7.1.2. Más rápido, más cansada	12
7.1.2. El presente ahora: hipermodernidad y transparencia	16
7.2. La fenomenología del meme	18
7.2.1. Definición del meme	19
7.2.2. Longevidad y fidelidad	20
7.3. Ámbito semiológico	20
7.3.1. Ampliar hasta la muerte: la estética	21
7.3.2. El proceso constante: semiótica del olvido y la pobreza	23
7.4. Ámbito tecnológico	24
7.4.1. Redes sociales	25
7.4.2. El cerebro automatizado	27
7.4.3. Aquí y allí: la ubicuidad y el <i>fast thinking</i>	28
8. Análisis y resultados	29
8.1. La muerte de Grumpy Cat	29
8.1.1. Ficha de análisis	30
8.1.2. La resurrección del meme en cifras	31
8.2. ¿Valle-Inclán o Albus Dumbledore? El caso de Agustín Zamarrón	34
8.2.1. Ficha de análisis	35
8.2.2. Dos rostros sometidos a la fugacidad	36
8.3. Resultados	40
8.3.1. Resultados Grumpy Cat	40
8.3.2. Resultados Agustín Zamarrón	41
8.4. Cruce de datos	41
Conclusiones	43
Bibliografía	45

1. Introducción

La sociedad del conocimiento se ha volatilizado, dando paso a un presente constante¹ en el que la sociedad de la información se asienta como un estadio permanente de datos inútiles, canales de comunicación inestables y códigos de comunicación menos estructurados. Internet ha permitido dar vida a este sistema de desinformación en la medida en que ha consentido democratizar los medios y mensajes de los medios de comunicación, dar voz a los usuarios y analizar con gran acierto sus conductas en la red. Este ecosistema asentado en la desinformación procede del aceleracionismo que cultiva el sistema neoliberal, creando nuevas cadenas de producción y significados en la realidad fáctica. Albert Lladó en 'La mirada Lúcida' (2019: 22) explica el fenómeno de la aceleración de la siguiente manera en relación con el Periodismo:

Aunque la aceleración de la vida contemporánea, y el culto a la novedad, nos hagan creer que todos los días son históricos, y que cada gran suceso es la manifestación de lo insólito, lo cierto es que desde el periodismo podemos crear elipses que ayuden a comprender mejor eso que entendemos por realidad.

Uno de los fenómenos más reseñables de la vida contemporánea son los *memes*, se trata de unidades de información mínimas que contienen todo tipo de ideas y destapan el humor, la ironía o enfado de los usuarios, en tanto que estos son un reflejo de su personalidad y conforman incluso códigos lingüísticos no formales con los que las personas se comunican en redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram) o canales de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram).

En relación con ellos se desvela un fenómeno, el del olvido. Su fugacidad los convierte en mensaje extremadamente volátiles, que dejan de significar en el momento en el que su viralidad queda opacada por otro meme nuevo². Este proceso es también participativo. Los memes nacen, pero raramente suelen ser inequívocos. Los usuarios

¹ Lipovetsky señala en 'Los tiempos hipermodernos' (2006) que se ha perdido el pasado y la esperanza del futuro, el resultado es un presente perpetuo en el que las crisis de los sistemas sociales, económicos y políticos no permiten cultivar las promesas del devenir, ni recordar la propia historia.

² En 'The Age of Earthquakes' (2015), se señala la forma en que a medida que las redes sociales han crecido y una nueva generación de nativos digitales ha formado parte de ella, estas unidades de información están en constante creación, haciendo que en lugar del único meme diario que podría haber nacido hace veinte años, ahora se generen miles de ellos a diario. Este proceso de creación hace que se incentive el fenómeno de la desinformación, el individuo es incapaz de retener toda la información que nace en cada momento.

los duplican, retocan y vuelven a lanzar a la red³. El consumidor de contenidos se torna en un productor de mensajes a la vez, lo que se conoce como 'prosumer'.

Esta realidad tan fugaz ha hecho que autores como Lipovetsky, Lladó o Byung-Chul Han se hayan percatado de una patología del presente en el que el individuo es más pasivo que nunca a pesar de su acción directa en la creación de memes, y Lladó advierte en 'La mirada lúcida' (2019: 17) lo siguiente: "Hemos confundido la actualidad con la tendencia. Y eso ha hecho que nuestra mirada se convierta en una mirada pasiva, reaccionaria (que solo reacciona a acciones de otros). Pero la actualidad demanda una mirada activa, que genere un desplazamiento".

A partir de ahí, se pueden identificar dos elementos clave. Por una parte, el posicionamiento del individuo en relación con los memes, un lugar de celeridad y olvido. Por otro lado, está la coyuntura histórica y su relación con la estructura en crisis de los estados contemporáneos, las crisis económicas, sociales y el cambio climático son claros ejemplos de ello.

A lo largo de este proyecto se pretende aportar una mirada lúcida sobre el contexto y perfil 'sintomático'⁴ del individuo en su relación con la realidad, para comprender por qué y cómo los memes nacen y mueren tan rápido, que es una hipótesis que desvelaban Coupland, Ulrich y Basar en 'The Age of Earthquakes', pero a la que no dotaron de una respuesta razonada. Del mismo modo, se pretende abordar el análisis de una estética ligada desde su nacimiento a la prisa, los sistemas semiológicos que Fontcuberta descubre como 'estética de la ampliación'⁵ y permiten resignificar hasta el olvido.

³ Manuel Castells ha señalado en sus estudios la forma en que se recrea este proceso de edición en la red, haciendo que la genuinidad y la propiedad intelectual queden normalmente marcadas por la edición de terceros.

⁴ Byung-Chul Han habla a lo largo de 'La sociedad del cansancio' (2010) de que la vida contemporánea arrastra consigo una serie de patologías como el cansancio derivado del estrés, la depresión o la ansiedad, lo que hace que se configuren nuevas patologías globales, enfermedades como 'pandemias' que, a su vez, proceden de las cadenas de trabajo o la precariedad de la vida.

⁵ Joan Fontcuberta revela a lo largo del caso práctico de su ensayo 'Blow up, blow up' (2010) la forma en que una simple imagen puede ampliarse hasta perder su significado original y revelar solo un arte abstracto, casi figurativo. Esta mecánica de la ampliación es paradigmática de los memes, donde los detalles se amplían hasta perder su contexto y el 'glitch' se integra en la semántica de la propia imagen, participando en el proceso de significación extrema de la creación de memes.

En tanto que la creación de un mapa sobre el meme es un trabajo inabarcable por su estado orgánico y sus interminables relaciones con otros muchos ámbitos como las Ciencias de la Comunicación, la Semiología, la Sociología, Psicología, etc., a lo largo de esta investigación se esbozará una imagen estructurada que se asienta en varios pilares clave sobre los que investigar el fenómeno particular de la fugacidad del meme.

2. Antecedentes

Tras realizar una profunda investigación bibliográfica se ha detectado que existen numerosos trabajos que abordan cuestiones sustanciales para esta investigación, como la ubicuidad, el olvido o la comunicación a través de redes sociales. Del mismo modo, en ambientes más distendidos como medios de comunicación y foros de internet, se aborda el asunto de los memes. No obstante, en ninguno de los casos citados anteriormente se ha encontrado un análisis de la fugacidad del meme.

El hecho de que no exista una bibliografía aplicada a la fugacidad del meme es de vital importancia para lograr comprender el proceso de percepción, análisis y efectos de los memes en la conducta social y comunicativa de los individuos. La globalización, las mejoras tecnológicas o los nuevos modelos de comunicación social han sido analizados con acierto a lo largo de muchas investigaciones del ámbito de las Ciencias de la Comunicación, la Sociología o la Psicología. Pero, una vez más, no se han detectado indicios de que exista una investigación de naturaleza semejante a la expuesta aquí.

Por este motivo, se ha tratado de constituir una visión global de un fenómeno complejo y de enorme variabilidad, pero del que puede extraerse una serie de ideas con las que comprender fenómenos recientes como la viralidad, el papel del *influencer* o el pensamiento y lenguaje a través de las redes sociales. De una manera u otra, a lo largo de esta investigación se rescatan fragmentos y piezas de distintas áreas del conocimiento que van desde la actualidad mediática al análisis semiológico de la realidad para construir una imagen general sobre la fugacidad de los memes.

3. Justificación de la investigación

El interés por este tema está ligado a varios instantes clave, sin embargo, el más importante de ellos es la propia experiencia. A través de las redes el individuo es conocedor de su propio lenguaje, mecánicas y herramientas de las propias redes, pero, no tan frecuentemente, ese individuo es incapaz de notar los efectos que la vida digital tiene sobre su conducta, capacidades cognitivas o relación con la realidad.

La cuestión de la fugacidad concentra el interés de esta investigación, de especial importancia a partir de una publicación titulada *The age of earthquakes: a guide to the extreme present* (2015), que resulta de gran utilidad para este proyecto. En ella se desvela, con ironía, la forma tan inestable en la que nacen los memes y mueren, además de la gran volatilidad a la que están sometidos. El fragmento de la obra que resulta de particular interés es el siguiente “Before we had inthernet we had a few memes a year. Now we get hundreds a day”⁶.

Asuntos como este son un reflejo de la vereda que toma la sociedad global, cada vez más deprisa, más fugaz, menos intensa y de menor impacto. Tratar de comprender este fenómeno es esencial para trazar la línea del pensamiento contemporáneo, en tanto que los memes cada día ocupan un papel más importante en las relaciones interpersonales y masivas, y son utilizados por individuos, grupos e incluso medios de comunicación.

La comunicación ya no se puede desprender de estos mensajes tan breves, volátiles e, incluso, confusos. Su naturaleza no es el único elemento que ha motivado esta investigación, sino el ecosistema en el que transita y la tendencia a la muerte prematura en tiempos de “aceleracionismo” siendo esto último un indicio de los cambios a los que se someten los procesos comunicativos en el presente.

⁶ Traducción propuesta: Antes nacían unos pocos memes al año. Hoy tenemos cientos nuevos cada día.

4. Hipótesis

A lo largo de la investigación se sostiene dos hipótesis cuyo refrendo ayudará a comprender mejor el fenómeno de la fugacidad del meme.

1. Los memes en internet tienden a olvidarse en periodos breves de tiempo.
2. Los memes emplean un lenguaje textual e iconográfico sencillo que facilita su olvido.

5. Objetivos

Este proyecto persigue una serie de metas que quedan especificadas a continuación:

- Analizar el ecosistema teórico en el que se desenvuelve el meme para comprender su fugacidad.
- Trazar una serie de indicadores que permitan entender la volatilidad del meme.
- Estudiar la cronología del meme, desde el momento en el que nace hasta que pierde su interés.
- Analizar el cruce entre la realidad sociocultural con la fenomenología del meme.
- Averiguar el impacto que existe entre el desarrollo tecnológico y el olvido cada vez más acentuado de los memes.
- Relacionar el lenguaje iconográfico y textual con la fugacidad de los memes.

6. Metodología

6.1. Integración del método científico

En las Ciencias Sociales es necesario como en ninguna otra disciplina establecer un método sobre el que trabajar. Berganza y Ruíz (2005: 20) recalcan en *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* la importancia de integrar el método científico en las prácticas del periodismo y las disciplinas afincadas en las Ciencias de la Comunicación:

[...] es indudable que la puesta en práctica sistemática de los principios fundamentales del método científico y de sus formas de validación de resultados podría contribuir de manera muy notable a la mejora de la calidad de los productos informativos, al aumento de la credibilidad de los profesionales de la Comunicación Mediática y a la disminución de las críticas que estos reciben.

La incorporación de técnicas aplicadas a este ámbito de la ciencia permite obtener resultados más acertados, adecuados a la naturaleza dinámica de la realidad social, la comunicación y sus inmensas casuísticas.

6.2. Metodología mixta

Tal y como se ha señalado anteriormente, el análisis del fenómeno propuesto responde a distintos factores. Se habla de metodología mixta dada la tensión que existe en este estudio entre lo cuantitativo (medida e información), reflejado en la cantidad de interacciones de los memes o las fechas, y lo cualitativo (experiencia y significado), que está presente en el análisis del contexto social, cultural o tecnológico necesario para poder interpretar los datos.

Berganza y Ruiz (2005: 27) inciden en que en las ciencias sociales no existe una única vía de acceso a la realidad social, de ahí que lo habitual sea integrar métodos. Esta integración se conoce como triangulación (2005: 34), y en este caso se emplea una triangulación metodológica en la que se conjugan “más de dos métodos para analizar un mismo problema”.

Para establecer las diferencias entre ambas metodologías y delimitar el punto intermedio en el que se encuentra el análisis a realizar, se deben comprender las peculiaridades de ambas. La metodología cuantitativa, según Berganza y Ruiz (2005: 32) abarca una serie de técnicas que buscan explicar la realidad a través de cifras:

Las técnicas cuantitativas de recogida de datos parten de considerar el hecho de que las Ciencias Sociales pueden aplicárseles los principios de las Ciencias Naturales. Tratan de resumir la realidad en números. Enlazan con el paradigma positivista y, por tanto, con el enfoque explicativo.

Por su parte, el método cualitativo empleado a lo largo de la investigación queda reflejado a lo largo del marco teórico del proyecto. Esta metodología, más cercana a la interpretación y la realidad social, es entendida por Berganza y Ruiz (2005: 32) así:

Se denominan técnicas cualitativas de recogida de datos a aquellas que, teniendo su base en la metodología interpretativa, pretenden recoger el significado de la acción de los sujetos. Se prima el sentimiento o las razones que tiene un individuo para realizar una acción concreta sobre la cantidad de veces que se realiza dicha acción.

El método funciona como un nexo teórico común a la convergencia entre las metodologías presentadas. Javier Callejo (2017: 35) en *Introducción a las técnicas de investigación social* indica cómo hoy la ciencia trabaja de manera interdisciplinar:

Saliendo de la unidad más disciplinar en el método y bajo la conciencia de que el trabajo científico es interdisciplinar, en cuanto diálogo entre disciplinas, el método se proyecta globalmente en el campo de las ciencias. Un método que, tras la crisis del método unitario del positivismo, se propone como alternativa.

6.3. Estudio de casos y observación participante

Este análisis en torno a la fugacidad del meme parte de un estudio de casos. Para ello, se han seleccionado dos casos, que quedarán enmarcados en el apartado de análisis, atendiendo a criterios como la viralidad o el contenido en sí mismo (representativo de las peculiaridades semióticas y narrativas que se verán a lo largo del marco teórico).

Tal y como indica Roberto de Miguel (2005: 288), esta técnica resulta especialmente útil en tanto que los memes son un fenómeno que vive en un ecosistema digital tremendamente convulso, donde la observación participante, empleada habitualmente en estudios antropológicos, es bastante funcional:

Sirve para investigar un fenómeno en su contexto cuando las fronteras entre el fenómeno y el contexto no son perceptibles y en la que se emplean múltiples fuentes experimentales de evidencia.

Tal y como se ha comentado, la observación participante, muy habitual en otros campos de estudio, juega un papel importante en esta investigación. Jesús Gutiérrez (2017: 46) lo explica en *Introducción a las técnicas de investigación social*:

Esto es así porque la observación implica mucho más que mirar, ya que incluye una intención (teórica y/o práctica) por ver o conocer algo de nuestro interés. A diferencia de la mirada o la contemplación, el que observa se preocupa por focalizar su vista o cualquier otro sentido en aquello que le interesa y que le permite incrementar su conocimiento o experiencia. [...]. Observar para la ciencia es algo más que focalizar la atención sobre lo que nos rodea. Es una forma de operar respaldada por una teoría y un método acorde al sistema de la ciencia [...] con el fin de incrementar la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos en sus observaciones.

Por lo tanto, a lo largo de la investigación se empleará el estudio de casos para analizar situaciones prácticas y la observación participante operada desde el marco teórico para interpretar de manera verídica y fiable el fenómeno de la fugacidad del meme.

6.4. Integración de la perspectiva de género

A lo largo del proyecto se trabajará bajo un marco de perspectiva de género que procure lograr una visión representativa de la realidad a estudiar. Esta perspectiva resulta especialmente identificable en la selección de los casos para el apartado de análisis, además de a través del lenguaje empleado a lo largo de la investigación, evitando cualquier referencia sexista o sesgada. Esta perspectiva queda integrada de manera transversal a todos los elementos del trabajo. Y, de detectarse cualquier sesgo o tendencia a lo largo del estudio, quedará reflejado en las conclusiones.

6.5. Ficha de análisis

De cara a poder lograr un análisis claro y la toma de datos sea lo más limpia posible, se procede a dar forma a una ficha de análisis en la que quedarán reflejados los elementos más importantes a tener en cuenta para el cruce entre los datos y las nociones expuestas en el marco teórico. Por ello mismo, la ficha que se muestra a continuación sirve para el análisis de ambos casos y tener en cuenta tanto aspectos como son la cronología, el tipo de meme o la cantidad de interacciones, y, por otro lado, aquellos susceptibles a desarrollarse a lo largo del análisis.

PARTE I - Identificación

1. Nombre del meme:
2. Fecha de aparición del meme original:
3. Espacio digital en el que tuvo mayor impacto:

PARTE II - Características

4. Fecha en la comenzó a hacerse viral:
5. Tipo de meme:
 - a. Texto

- b. Imagen estática
 - c. Gif
 - d. Vídeo
6. Número de interacciones (likes, retweets, citas):
7. Fecha en la que comenzaron a descender la cantidad de interacciones:

PARTE III - Relación con el marco teórico

8. Indicar la forma en que el meme atiende a los apartados de semiótica, tecnología, ámbito sociocultural:

PARTE IV - Notas

9. Peculiaridades a tener en cuenta, como aspectos relevantes o representativos del fenómeno en relación con la fugacidad (multiplicidad, estética, narrativa):

6.6. Herramienta empleada

Para la extracción de datos de Internet se empleará *Brand24*. Se trata de una herramienta empleada y diseñada específicamente para el *Community Manager*. En base al uso de palabras clave, usuarios o etiquetas, la herramienta permite información sobre dos factores clave, lo que ellos denominan como “impact” y “reach”, o, lo que se puede traducir como impacto y alcance, respectivamente. Cabe hacer una diferenciación y mantener sus nombres originales, debido al algoritmo propio del utensilio.

Una cuestión a destacar como ruido, o dificultad, es que la herramienta solo monitorea los datos en un periodo de 30 días naturales. Por lo tanto, los casos a estudiar se deben adecuar a ese periodo de tiempo desde en el momento en el que se extraen. Sin embargo, entre otras herramientas empleadas como *tweetreach* o *Metricool*, esta es la única que incorpora una visión temporal del fenómeno analizado.

7. Marco teórico

El paso del tiempo y la celeridad no son asuntos insustanciales en la vida del ser humano. Su relación con el tiempo ha marcado un largo proceso filosófico y, posteriormente, sociológico en el que se ha procurado entender la forma en que el trascurso de las horas y la velocidad afectan en su comprensión del mundo. La condena de la actualidad pone en tensión lo vivo y lo muerto, torna flexible un presente constante en el que la sensación de progreso se diluye, como comenta Lipovetsky a lo largo de *Los tiempos hipermodernos* (2014: 61):

Por todas partes aumenta la rapidez de las operaciones y los intercambios, el tiempo falta y se vuelve problemático al imponerse en el centro de los nuevos conflictos sociales. [...] la hipermodernidad ha multiplicado las temporalidades divergentes.

Esta cuestión ha quedado también reflejada en distintos registros musicales desde el romance a la literatura para describir pasiones, narrar relatos históricos o dibujar paisajes. Cuando Lucho Gatica canta su bolero *El reloj*, no solo acontece el romance, sino que se hace una apología directa al tedio de la prisa: “Reloj, no marques las horas, porque voy a enloquecer”. Otros temas, como *Cien años* de Pedro Infante, siguen la misma estela, suplicando prórrogas a la naturaleza inevitable del tiempo.

Ya sea a través de la literatura o el folclore musical, el tiempo suscita una curiosidad inevitable que debe ser atendida desde múltiples perspectivas de estudio a lo largo de esta investigación donde se cruza con el fenómeno concreto del meme, que queda definido en el epígrafe 7.2.1 de este marco teórico. El ‘reloj’ que anunciaba Gatica parece un elemento inocente, pero los mensajes están sometidos a muchos factores que determinan su vida útil, pero el tiempo y el momento histórico son, probablemente, algunos de los más importantes. De ahí que a lo largo de este apartado se haga una revisión sistemática de distintos aspectos teóricos para comprender factores tan elementales como la cuestión sociocultural, la tecnológica o la semiológica. Y todos esos factores están barnizados por el impacto de la vida digital que en *The Age of Eathquakes* (2015: 28) definen acertadamente de la siguiente manera:

By rewiring our brains on the Internet, we’ve tempered with the old-fashioned organic perception of time. We’ve rejigged our body’s perception of time, and it’s not just

because you're older and each year is a smaller percentage of your life. It's simply moving more quickly.⁷

La literatura ha sido un instrumento que ha permitido descubrir las angustias que despierta la prisa y el olvido. El meme, como fenómeno comunicativo, encierra el romance que acompaña a la lírica. Un ejemplo de ello lo ofrece la poetisa canaria Pino Ojeda (2016:121) en su poema *Mensaje a los hombres*. En el siguiente fragmento narra la pérdida de la calma y el silencio. La autora insiste en la contaminación que se produce entre el estado natural del individuo en contraposición con el estado sereno de la materia:

[...] Encontrarían la voz que perdieron con el primer desperezo de los hombres.
Encontrarían, sí, como partiendo de su propia carne,
El camino que olvidaron cuando sus pobres corazones aprendieron a maldecir el silencio.

7.1. El ámbito sociocultural

Lipovetsky habló a lo largo de su obra *La era del vacío* (2006) del narcisismo como punto de partida para comprender los problemas del presente, la desconfianza en la política o la sociedad del consumo. No obstante, a medida que avanza hacia el instante actual ha indagado con más profundidad en esos elementos. El resultado es un universo de análisis inmenso, inabarcable en la medida en que se generan tantas posibilidades y tan desligadas de la tendencia en tiempo real. Sin embargo, en este apartado, se analizará una serie de factores cruciales para contextualizar la fugacidad del meme.

7.1.2. Más rápido, más cansada

El ritmo al que avanza la sociedad hoy ha abierto múltiples frentes teóricos para definir desde sus ventajas a las patologías (como la depresión o la angustia, tal y como recalca Byung-Chul Han en *La sociedad del cansancio*) que supone moverse tan rápido al calor de la información y el desarrollo. Byung-Chul Han, filósofo coreano, ha tratado de identificar esa realidad diluida que Lipovetsky también define como 'ligera' o Bauman

⁷ Una traducción sugerida para este fragmento es: "A medida que adecuamos nuestros cerebros a internet, hemos acabado con la desfasada percepción orgánica del tiempo. Hemos rezagado la percepción temporal de nuestros cuerpos, y no es porque te hagas mayor y cada año parezca cada vez más breve, sino porque todo se mueve más rápido".

como 'líquida'. En su ensayo *La sociedad del cansancio* (2012: 27) recoge algunos elementos esclarecedores al respecto:

El cambio de paradigma de una sociedad disciplinaria a una sociedad de rendimiento denota una continuidad en un nivel determinado. Según parece, al 'inconsciente social' le es inherente el afán de maximizar la producción. A partir de cierto punto de productividad, la técnica disciplinaria, es decir, el esquema negativo de la prohibición alcanza de pronto su límite'. Con el fin de aumentar la productividad se sustituye el paradigma disciplinario por el de rendimiento, por el esquema positivo del poder hacer ('Können'), pues a partir de un nivel determinado de producción, la negatividad de la prohibición tiene un efecto bloqueante e impide un crecimiento ulterior.⁸

Esto mismo que comenta Han se torna fáctico en el documental *The American Meme* (2018). A lo largo del filme se descubre la realidad subyacente a la vida del *influencer*, cuya pionera contemporánea es Paris Hilton. Ella misma, no solo describe este proceso de ensalzamiento en el mundo de la fama, sino que hace evidente una cuestión esencial para esta investigación y es el tema de la volatilidad y el cerramiento en su marco de oportunidades que estos pueden brindarle ulteriormente, tal y como señala Byung-Chul Han.

Esta paradoja de la fama en el caso de las celebridades es igual de válida para los memes. Ambos parecen experimentar procesos similares en los que, una serie de motivos más o menos banales, les permiten abrirse paso de manera masiva. Otro ejemplo que incide en lo que se ha comentado es el del capítulo de la serie de ciencia ficción *Black Mirror, El momento Waldo* (2013). En este episodio se narra la forma en que un muñeco se vuelve viral, haciendo de la comedia una herramienta de la que se aprovecha un político para acrecentar su fama y ganar votos.

Este asunto es especialmente llamativo en la medida en que los memes y su fugacidad se convierten en plataformas, incluso, lanzaderas para lograr un enorme impacto cuya elasticidad lo convierte en un mensaje frágil, susceptible de borrarse de la memoria colectiva en cuanto un nuevo meme asalta la escena del ecosistema digital. Esta

⁸ El autor pone de manifiesto la forma en que se produce una transición histórica que discurre desde las paradigmáticas líneas de montaje fordianas a las nuevas industrias digitales, donde las metodologías contemporáneas buscan maximizar la producción a través de herramientas como las redes sociales, el correo electrónico, etc. Esto es ampliamente extrapolable al asunto de los memes, en tanto que en muchos casos se convierten en herramientas de marketing o en lenguajes extremadamente productivos porque buscan el impacto, la viralidad en su faceta más superficial.

moraleja ha sido recurrentemente utilizada por literatos como Nathaniel Hawthorne en su obra *El espantapájaros*.

Sintomáticamente, todas estas contradicciones presentes en 'El espantapájaros' se pueden rastrear hasta lugares tan recientes, quizá tan inesperados, como la obra de Andy Warhol. No solo por la vivacidad, la ingenuidad fingida y el colorido de las imágenes de 'El espantapájaros', sino por su manera de mostrar el carácter enigmático y, en definitiva, mágico, que adquiere la materia sometida al hechizo ontológico del capitalismo, cosa que parece derivarse precisamente de la mutua negación entre el puritanismo y el goce pecaminoso de lo material, entre la censura y el desenfreno, entre la culpa y el placer.⁹

Este pequeño cuento introduce la idea de los quince minutos de fama a cambio de una existencia azarosa. En el postfacio de *El espantapájaros* su traductor, Juan Sebastián Cárdenas (2012: 67), habla de la tensión que se genera entre la propia alegoría del cuento y la realidad fáctica.

Las retinas del presente son muy débiles en la medida en que la fábrica de la información está en constante movimiento y esa saturación pasa factura en las capacidades cognitivas, un asunto que Basar, Coupland y Ulrich (2015: 90) han abordado en *The Age of Earthquakes*:

But the more you offload your memories onto hard drives and into the Cloud, the more your memory becomes, in a very real sense, artificial. Technically, someone who spends all day in front of a screen has no memories of their own except for going to the fridge for a Coke... That's spooky.¹⁰

En relación con ello, Han (2012: 33) habla de la economía de la atención en un contexto sociocultural imperativamente inabarcable por su tendencia extenuante:

El exceso de positividad se manifiesta, asimismo, como un exceso de estímulos, informaciones e impulsos. Modifica radicalmente la estructura y economía de la atención. Debido a esto, la percepción queda fragmentada y dispersa. Además, el

⁹ Precisamente, la banalidad de las cosas sometidas al 'hechizo' de la digitalización y el capitalismo son elementos recurrentes en el análisis que hace Lipovetsky del contexto sociocultural. Ello invita a pensar que, si bien el fenómeno concreto de la fugacidad de los memes es reciente en el mapa histórico, sus alegorías tienen hondos precedentes en el pasado. El abuso del poder, la mediatización y la volatilidad del placer son parte de esa tensión paradigmática entre la certeza del impacto y la insoportable posibilidad de que sea retenido en el imaginario social de manera prolongada.

¹⁰ Los autores hacen una crítica explícita a la forma en que la vida digital modifica la conducta y la memoria. Una traducción sugerida para el párrafo es: "A medida que subes más de tus recuerdos a la nube o los almacenas en discos duros, se convierten en artificiales. Técnicamente, alguien que pasa todo el día delante de una pantalla no tiene recuerdos, salvo el de ir a la nevera a coger un refresco... Es inquietante".

aumento de carga de trabajo requiere una peculiar técnica de administración del tiempo y la atención, que a su vez repercute en la estructura de esta última”.

En esa misma línea se puede interpretar el impacto negativo que ello tiene sobre la capacidad de atención, pero también sobre las habilidades cognitivas. El presente supone una nueva serie de retos pedagógicos donde lo digital tiende a convertirse en un nuevo cerebro, en lugar de una herramienta para potenciar las capacidades orgánicas. Por ello, cuando se habla de sociedad del conocimiento, muchos teóricos como Albert Lladó (2019) o Byung-Chul Han (2012) se muestran recelosos, porque las nuevas herramientas no han generado un sistema que ayude a los individuos a formarse, sino que continúan arrojando ríos de información que no toman forma de conocimiento. Ejemplo claro de ello es lo sucedido con las elecciones a la presidencia de Brasil (Avedaño, 2018), en el que las redes sociales y los canales de mensajería instantánea han jugado un gran papel como difusores de ‘fake-news’ o caudales de información que enturbian los resultados electorales. Han (2012: 35) visualiza esto de la siguiente manera:

La cultura requiere un entorno en el que sea posible una atención profunda. Esta es reemplazada progresivamente por una forma de atención por completo distinta, la hiperatención. Esta atención dispersa se caracteriza por un acelerado cambio de foco entre diferentes tareas, fuentes de información y procesos.

Tal y como se explicó al principio de este apartado, el olvido o la prisa tienen antecedentes románticos y muy ilustrativos en la literatura. El poeta y periodista brasileño Carlos Drummond de Andrade fue uno de los mayores exponentes del modernismo en su país natal. En su poema *A Flor e a Náusea* (La flor y la náusea), el literato incorpora una reflexión en torno a la prisa, al progreso mismo. Su poema se ha convertido en un retrato del presente en el que nada se detiene. Ni ante la belleza ni ante el progreso, existe la reflexión o la contemplación. Esta pieza es una dedicatoria al paso rezagado del ser humano, a la naturaleza sin contaminar. El elogio y relación directa con el fenómeno de la aceleración, queda bien descrito en el siguiente fragmento del poema mencionado:

Uma flor nasceu na rua!
Passem de longe, bondes, ônibus, rio de aço do tráfego.
Uma flor ainda desbotada
Ilude a polícia, rompe o asfalto.
Façam completo silêncio, paralitem os negócios,
Garanto que uma flor nasceu.

Sua cor não se percebe.
Suas pétalas não se abrem.
Seu nome não está nos livros.
É feia. Mas é realmente uma flor.
[...] É feia. Mas é uma flor. Furou o asfalto, o tédio, o nojo e o ódio.¹¹

7.1.2. El presente ahora: hipermodernidad y transparencia

La actualidad trae consigo una procesión de demandas de transparencia que se diluyen en el trasiego de la polución informativa. En ese contexto repleto de datos, informaciones aisladas y una agenda de acontecimientos pautadas desde las instituciones, la información se pierde. Byung-Chul Han recalca en su obra *La sociedad de la transparencia* (2016) el relieve que toma esta demanda a través de la confusión que se genera acceder a todo y no entender nada.

Los memes participan en esa pasarela en la que desfila el humor, la ironía o el enfado. Estos mensajes responden a una tendencia nada actual, la de simplificar la realidad a través de un lenguaje iconográfico y expresivo. Sin embargo, se establece una dicotomía particular entre la comunicación mediática e institucional y la de internet. En la red, los memes no intentan ser claros e inequívocos, sino que, por el contrario, participan en la confusión.

Han también relaciona la negatividad con el secreto (2016: 35), como resultado del esfuerzo que implica abordar lo desconocido. El ejercicio cognitivo supone un agravio para el presente, donde el tiempo discurre hasta converger en pequeños instantes difíciles de recordar sin ayuda de un teléfono móvil o una imagen memorable.

Los memes dibujan un cristal traslúcido al que el usuario se debe acercar para poder comprender su significado. Es por ello que, en las comunidades en red, los usuarios que se relacionan en un nicho concreto entenderán los memes que nacen en él, en cambio, aquellos que proceden de fuera tendrán mayor dificultad para lograrlo. Han (2016: 64)

¹¹ Una traducción sugerida es la siguiente: “¡Ha nacido una flor en la calle! Camiones y guaguas pasan de largo, ríos de acero del tránsito. Una flor todavía sin color elude a la policía, rompe el asfalto. ¡Guarden completo silencio, paren los negocios, les aseguro que ha nacido una flor! Su corazón no se percibe. Sus pétalos no se abren. Su nombre no está en los libros. Es fea, pero realmente es una flor. [...] Es fea, pero es una flor que ha roto el asfalto, el tedio, la náusea y el odio”.

se adentra de lleno en el impacto que tiene la transparencia sobre el pensamiento y la capacidad de reflexionar:

La coacción de las cosas destruye el aroma de las cosas, el aroma del tiempo. La transparencia no desprende aroma. La comunicación transparente, que ya no admite nada indefinido, es obscena.

La comunicación hoy trabaja con mensajes atomizados, relaciones sin narrativa (2016: 65). El meme recurre a elementos de la realidad fáctica en ocasiones, en otras simplemente toma fenómenos nacidos en la red con significados pobres o susceptibles de volverse virales. La casuística de estos mensajes no permite identificar con precisión la capacidad de ser poseedores de una narrativa rica, pero sí se puede apreciar el aroma de lo misterioso, de aquello que requiere ser analizado, puesto en contexto y descompuesto para lograr encontrar una explicación. El meme no resulta tan evidente.

Esta situación tan particular es el resultado de las subjetividades sometidas a la hipermodernidad¹², a la rotura de las “estructuras tradicionales del sentido y su recuperación por la lógica de la moda y el consumo”, tal y como indica Lipovetsky en *Los tiempos hipermodernos* (2014: 30). En el caso de los memes, la moda es indispensable para entender la fugacidad de los memes, de ahí que se pueda hablar de generaciones de memes, desde los primeros más estáticos, llamados *reactions* en el folclore de las redes sociales, hasta los más modernos que permiten interactuar a través de acelerómetros y giroscopios.

Los memes de última generación también son sinónimo de la personalización a la que está sometida la vida hoy (2014: 43). Los algoritmos rastrean búsquedas, tendencias y posibilidades para personalizar la publicidad que se recibe, los resultados en el buscador o crear viralidad. La vigilancia panóptica a la que están sometidos los usuarios permite alcanzar lo que Lipovetsky llama “conquista de la autonomía personal al multiplicar las ocasiones de elección individual” (2014: 43). Esto significa en el caso de la fugacidad de los memes que, a medida que se personaliza el contenido, se individualizan esos mensajes y los nichos de origen de esos mensajes se estrechan, es

¹² Lipovetsky define a la hipermodernidad como el estadio siguiente de la posmodernidad. Se trata de un momento atrapado en lo extremo, donde todo se vuelve superlativo, desde la moda, al individualismo. El autor (2014: 55-56) lo explica así: “Lejos de haber muerto la modernidad, asistimos a su culminación, que se concreta en el liberalismo universal, en la comercialización casi general de los modos de vida, en la explotación ‘hasta la muerte’ de la razón instrumental, en la individualización vertiginosa”.

más fácil olvidarlos. Si se recibe cada vez más información semejante, a largo plazo deja de importar. Han (2016) establece una relación similar a medida que se democratiza la información.

Los memes y su olvido responden a lo que Lipovetsky (2014: 63) captura de manera acertada como “lo efímero, la renovación y seducción permanente”. El meme tiende cada vez a ser menos permanente, no solo porque hoy se generan muchos más, sino porque todo es susceptible de adoptar la semántica memética y se pretende aportar algo nuevo con cada fragmento de realidad que sale en los medios que se incuban en la red o se descubre por casualidad. Es el “predominio del aquí y el ahora” (2014: 62), el imperio ligero de la moda y el olvido instantáneo. Los memes nunca han sido tan frágiles porque su estructura social, cultural, económica y política nunca ha sido tan endeble.

7.2. La fenomenología del meme

Los memes descansan sobre la base de la comunicación. Estas unidades de transmisión cultural, tal y como las describió Dawkins en 1976, requieren de una semántica común, un ejercicio de comunicación. El mensaje no se puede dar si no existe una memoria colectiva si, como mínimo, dos individuos no comparten un código expresivo y simbólico. Pérez, Aguilar y Guillermo (2014: 80) señalan, citando a Romeu, en *El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir del Harlem Shake*, lo siguiente:

[...] La comunicación es también puesta en común, espacio compartido, intersubjetividad, por lo que la significación se construye también teniendo en cuenta convenciones o significados preexistentes que, a la manera de un sistema de referencias, sirven de molde o estructura para gestar las representaciones a través de las cuales se organiza la percepción, el sentido y el conocimiento.

Los memes no son el resultado azaroso de lo que sucede en internet, sino que responden a las referencias de la realidad fáctica o, por otro lado, al propio bagaje simbólico que se haya desencadenado en las propias redes. De ahí que haya memes que puedan interpretarse fácilmente cuando emplean elementos de series de televisión, lugares de nuestro entorno o personas famosas. En cambio, otros nacen a raíz de procesos de reinterpretación de lo que ya había en la red o que ha sido transformado, editado o manipulado para intensificar significados o adulterarlos y generar otros nuevos. Todo ello siempre está sometido a la comunicación, es decir, que los nuevos

significados o los modificados puedan ser comprendidos y aceptados en el imaginario colectivo.

Y en esos contextos delimitados, en los que sus integrantes tienen códigos comunes, es donde se desarrolla su potencial referencial¹³ (2014: 82). La comunicación en grupos se desprende de la investigación de Maffesoli en la que cruza la creación de pequeñas comunidades en la realidad social con su impacto inmediato en la significación de los memes. En *Elogio a la razón sensible: una visión sensible del mundo contemporáneo*, Maffesoli (2004: 37) aporta su visión de este fenómeno:

Estas [las formas de agregación social] poseen contornos indefinidos: el sexo, la apariencia, los modos de vida y hasta la ideología se ven cada vez más a menudo calificados en términos ("trans...", "meta...") que sobrepasan la lógica de la identidad y de lo binario. En pocas palabras, al prestar a estos términos su acepción más fuerte, se puede afirmar que asistimos tendencialmente a la sustitución de un social racionalizado por una socialidad de predominio empático.

7.2.1. Definición del meme

El término procede de la obra *El gen egoísta* (1976) de Richard Dawkins, especializado en el campo de la zoología evolutiva. Partiendo de ahí, el autor habla de "los mecanismos de transmisión cultural, y llega a la unidad de sentido, cuya replicación es posible de una forma que se puede decir que es transversal y longitudinal" (2014: 81). Dawkins aporta una definición que se sintetiza en la máxima de una unidad de significación cultural que se transmite a través de varias generaciones en el tiempo.

Son unidades que, por su naturaleza, pueden replicarse. Esta capacidad propia del meme lo hace inabarcable en la medida en que puede transformarse, desaparecer y modificar constantemente sus significados. Pérez, Aguilar y Guillermo (2014: 81) dan detalles sobre las réplicas derivadas del ejercicio comunicativo:

La replicación ocurre cuando el meme es empleado por diversas personas de manera reiterada, de forma que se suma a un acervo que persiste a lo largo del tiempo y del espacio, y que en su conjunto forman parte de una cultura determinada (o incluso, el total de la cultura misma, como llega a sugerir este autor).

¹³ Se hace referencia a la capacidad de significar de un meme. Este significado está sometido a los códigos comunes o las disposiciones de los grupos a significar de nuevo objetos de su entorno.

Una de las pioneras en el campo del análisis del fenómeno del meme es la escritora británica Susan Blackmore. En su libro *The meme's machine* (1999: 6) sintetiza de forma acertada lo que significa el concepto de meme:

He mentioned scientific ideas that catch on and propagate themselves around the world by jumping from brain to brain. He wrote about religions as groups of memes with a high sundial value, infecting whole societies with belief in a God or an afterlife. He talked about fashions in dress or diet, and about ceremonies, customs and technologies – all of which are spread by one person copying another. Memes are stored in human brains (or books or inventions) and passed on by imitation.¹⁴

7.2.2. Longevidad y fidelidad

Susan Blackmore también reflexiona en su trabajo *La máquina de los memes* (1999) sobre las taxonomías aplicables a los memes, así como algunas otras características. De entre esas peculiaridades, la de mayor relevancia para esta investigación es la de longevidad. En base a ella se puede identificar dos tipos de memes (2014: 87):

- **Persistentes.** Son replicados durante un periodo de tiempo considerable.
- **Volátiles.** Se trata de memes que tienen un corto periodo de propagación.

Sin embargo, hay otra característica que va de la mano con la longevidad, se trata de la fidelidad. Esta hace referencia a la mutabilidad del meme, dándose dos casos; el primero es el 'replicador' en el que las réplicas del meme guardan bastante semejanza con el original; o 'metamórficos' en el que el índice de mutación y recombinación es mucho más alto. Los cambios en los mensajes tienden a hacerlos más volátiles, puesto que no persisten en el tiempo como una unidad visual o textual identificable.

7.3. Ámbito semiológico

En una dimensión semiótica, el meme y su olvido cobran especial importancia. Los memes se llegan a posicionar como un lenguaje, las personas pueden comunicarse,

¹⁴ Traducción sugerida: "Mencionó [Richard Dawkins] ideas científicas que se difunden por todo el mundo saltando de cerebro en cerebro. También escribió sobre las religiones como grupos de memes de gran valor, con los que infectar a la sociedad mediante la creencia en Dios y la vida después de la muerte. Además, mencionó la moda o las dietas, así como las ceremonias o la tecnología (y todas ellas se esparcen gracias a una sola persona a la que copian los demás). Los memes se almacenan en el cerebro de las personas, los libros o las mentiras y se acaban pasando por un proceso de réplica".

intercambiar mensajes, simplemente haciendo uso de estas unidades significativas. A pesar de su diversidad, tendencia a metamorfosearse y versatilidad, se emplean asiduamente entre nichos concretos de individuos buscando intercambiar ideas o sentimientos. Muchos memes de la categoría de *reactions* funcionan bajo esa premisa, al mismo tiempo que sufren una constante evolución estética o formal en la medida en que surgen otros nuevos que significan lo mismo. Gonzalo Peltzer lo explica en *Periodismo iconográfico* (1991: 84):

La prueba de que existe este lenguaje, y por tanto un sistema, en los modos visuales de expresión, está dada por el mismo hecho de que no todos entendemos exactamente lo mismo de los mismos signos (imágenes), pues cada uno interpreta el mensaje de acuerdo con sus experiencias, estereotipos, sintaxis visual, o, en dos palabras, su cultura visual¹⁵.

Hay un atributo clave de la imagen a tener en cuenta, tal y como indica Jaques Aumont en *La imagen* (2002: 88): se trata de la ‘rememoración’. Las imágenes transmutan la realidad hacia distintas plataformas analógicas o digitales, además de físicas, recortan fragmentos de las cosas y los seres y los plasman a través de un lenguaje codificado en el que hay símbolos, signos y representaciones. Por ello, cuando se construye una imagen, o un meme en este caso, la rememoración se logra apelando a lo emocional, como el enfado con memes políticos o la ironía con el meme de la ‘virgen’ bajando en un caudal de agua por la Avenida 3 de mayo de Santa Cruz de Tenerife (este meme nació a raíz de un contenedor que se desplazaba debido a los caudales de agua por una calle de la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, posteriormente fue editado y se puso una imagen de la Virgen de Candelaria sobre el objeto, lo que lo convirtió en viral al poco). De ahí que los esquemas o estructuras que componen esas imágenes deban ser “sencillos y memorizables” (2002: 88), en un amago de prolongar todo lo posible la vida útil de dichas imaginativas.

7.3.1. Ampliar hasta la muerte: la estética

La imagen es el resultado de un proceso de reducción. La fotografía captura un instante concretado a través del encuadre, luces, colores y la propia aplicación de las Leyes de

¹⁵ En el universo del meme existe una clara tendencia a la atomización de usuarios en tribus al estilo de las mencionadas por Maffesoli. En esos ecosistemas en base a muchas peculiaridades como la ideología, sus preferencias y gustos se conforman mensajes muy atomizados que se comprenden entre los integrantes de esos grupos. En otras ocasiones, los memes más virales son aquellos que no nacen orientado hacia un solo grupo.

la Gestalt, desde la proximidad al contraste. Estas cuestiones se hacen especialmente visibles en los memes, donde el contraste de colores o figura-fondo amplifica la experiencia que busca transmutar. Con el vídeo o el gif sucede algo parecido, se captura lo pautado. La imagen, de una forma u otra, implica una falsedad pautada, un acuerdo de confianza entre el emisor y el receptor, creando la “falsa memoria en la composición histórica”, tal y como comenta Iván de la Nuez (2010: 36).

El meme, por su parte, se caracteriza por lo que Joan Fontcuberta en *Blow Up Blow Up* (2010) denomina la ‘estética de la ampliación’ (2010: 85). Es decir, se amplía la imagen hasta perder el más remoto resquicio de la imagen original, se crea un nuevo significado, abstracto, figurativo o derivado. En muchos memes se parte de una imagen de la que se hace un recorte tras otro, se pierde calidad, se gana en glitch y se acaba creando algo totalmente nuevo, por ello es común que al revisar la carpeta de memes guardados se encuentre con muchas imágenes pixeladas, borrosas, casi imposibles de identificar. Joan Fontcuberta (2010: 45) lo explica de la siguiente manera:

La paradoja es que, rebasado el umbral de reconocimiento o inteligibilidad, la imagen no se vuelve hiperrealista, en el sentido de que continúa suministrando escalas de información más detallada, sino que se vuelve abstracta y ambigua. La paradoja es que al superar exageradamente una escala de representación discernible se pierde toda información visual de la escena inicial de la escena, dando paso en cambio a la información intrínseca del propio soporte de la película (el grano, los arañazos, las formas inconexas de blancos y negros [el píxel en el caso de los memes digitales]).

El ejemplo que propone Joan Fontcuberta para hacer énfasis en la ambigüedad de la imagen llevada al extremo es la película *Blow Up Blow Up* (1975). Esta cuestión se aplica directamente sobre el meme que, tal y como se ha visto, es modificado, reconstruido y eliminado de la memoria constantemente, después de ampliarlo hasta la muerte. En otras palabras, la edición abusiva a la que se somete el meme le hace susceptible al olvido en la medida en que las ‘estructuras’ para el recuerdo de las que hablaba Peltzer están cambiando continuamente.

Esto va de la mano con lo que César Aira señala en *Sobre el Arte Contemporáneo* (2016: 52) denominado como Ley de los Rendimientos Decrecientes. Esta ley se aplica para hablar de que cuantos más factores hay en la ecuación, ello no implica una mejora directa del rendimiento. Aplicado a la imagen y el meme, esto se encarna en lo observado hasta el momento, cuantos más memes hay, más difícil se vuelve su recuerdo.

La artista Hito Steyerl (2014: 192) analiza la relación entre la imagen cinematográfica, su producción y significado con una dinámica económica afianzada en la prisa, en la ambigüedad de los nuevos procesos de creación. Dada esta tesitura, el cuerpo de las imágenes no solo se vuelve más irreal que nunca debido a todos los efectos especiales que se incorporan, sino que se pierde la conexión con la naturaleza representativa de la imagen, las estructuras cognitivas se despegan cada vez más, cuesta reconocerlas y retenerlas en la memoria:

Con las tecnologías digitales, estos procesos se han acelerado considerablemente. Tradicionalmente, la posproducción significaba sincronizar, mezclar, editar, corregir el color y comprendía otros procedimientos ejecutados luego de filmar una película. Pero en años recientes la posproducción ha comenzado a acaparar la producción completa.

7.3.2. El proceso constante: semiótica del olvido y la pobreza

Steyerl (2014) también introduce una noción clave, la de 'imagen pobre'. En esa coyuntura se puede radicar al meme como un símbolo despojado de atributos de valor (composición, color, contraste, resolución). Es el resultado de varias generaciones después de una imagen madre. Un ejemplo es el de la virgen bajando por la Avenida 3 de Mayo en Santa Cruz de Tenerife, que comenzó siendo un contenedor para, después de editar el clip, el contenedor se transformase en una virgen. En su ensayo *Los condenados de la Pantalla* (2014: 33), la artista explica este concepto de la siguiente manera:

La imagen pobre es una copia en movimiento. Tiene mala calidad y resolución subestándar. Se deteriora al acelerarla. Es el fantasma de una imagen, una miniatura, una idea errante en distribución gratuita, viajando a presión en lentas conexiones digitales, comprimida, reproducida, 'ripeada', remezclada, copiada y pegada en otros canales de distribución.

El meme es paradigmático de esta categoría de imagen ampliada, expoliada, acribillada por la aceleración y el desarrollo. El maltrato al que se les somete los hace vulnerables al olvido, nada que pasa tan rápido y de manera tan masiva puede ser memorable. Steyerl (2014: 34) amplía esta afirmación de la siguiente manera:

Las imágenes pobres son los Condenados de la Pantalla contemporáneos, el detrito de la producción audiovisual, la basura arrojada a las playas de las economías digitales. Testimonian la violenta dislocación, transferencia y desplazamiento de imágenes: su

aceleración y circulación en el interior de los círculos viciosos del capitalismo audiovisual.

No obstante, el olvido, más allá de la dimensión puramente capitalista descrita hasta ahora, tiene una ligada a la semiótica. Juri Lotman fue uno de los representantes más importantes de la Escuela de Tartu en Rusia y el padre del concepto de 'Semiótica de la Cultura'. De esta forma, él entiende el olvido (1979: 74) desde una perspectiva histórica, no solo coyuntural:

Sin embargo, el olvido se realiza también de otra forma; la cultura excluye continuamente de su propio ámbito determinados textos. La historia de la destrucción de los textos, de su exclusión de las reservas de la memoria colectiva se mueve paralelamente a la historia de la creación de nuevos textos. [...] La cultura por esencia propia va dirigida contra el olvido; ella logra vencer el olvido transformándolo en uno de los mecanismos de la memoria.

Se puede extraer de todo ello el proceso constante de producción, de creación de nuevos símbolos para sustituir a los viejos. El problema que plantea el presente es que esas industrias funcionan tan rápido y a tal escala, que todos los símbolos creados no llegan a cuajar. Por ello, prácticamente no se puede hablar de olvido sino de un olvido estructuralmente programado. Al final, el resultado es el 'presente perpetuo' del que habla Lipovetsky (2014), es imposible alcanzar el futuro cuando los significados del presente, que deberían ser la vía del porvenir, no solidifican.

7.4. Ámbito tecnológico

Quad I es una pieza performática para televisión creada por el dramaturgo y novelista irlandés Samuel Beckett (1981). En ella se entabla una danza en torno al número cuatro. Al igual que en un ritual, existen unos procedimientos que, en este caso, son matemáticos. Hay cuatro puntos desde los que cuatro intérpretes se mueven, evitando siempre el enclave central. Cada actor se mueve de un punto a otro respetando una coreografía matemática, una geometría que se desliza a través del tablero.

Esta obra de arte es una parábola perfecta para comprender el estadio digital, la simulación de la vida a través de internet. *Quad I* representa un orden paradigmático, una danza de usuarios precisa y meticulosa que es una contradicción con el modelo que se experimenta en la vida digital. El desorden, la ausencia de un cuerpo físico o una

identidad definida son elementos clave que devienen de los grandes avances tecnológicos.

El olvido no es casualidad, al igual que los memes. Los grandes avances tecnológicos han dado pie a una vida más acelerada, la tecnología avanza a ritmos estratosféricos, a su propio ritmo. Es por ello que se pierde el contacto con las limitaciones naturales del cuerpo y, al mismo tiempo, se pierden las habilidades orgánicas de memoria, procesamiento de información o capacidad de interpretar la realidad, tal y como recalcan en *The Age of Earthquakes* (2015).

El grupo barcelonés de pop electrónico Hidrogenesse tiene una canción dedicada a la tecnología y su desarrollo titulada *Historia del mundo contada por máquinas* (2012). Es un ejemplo útil para comprender hacia dónde se dirige el presente, con más máquinas, más movimiento y una capacidad de pensamiento humano cada vez más menguada. El tema dice en unos de sus versos lo siguiente:

Conseguisteis que fuéramos capaces de hacer todas las cosas a la vez capaces de hacer todas las cosas cada vez más rápido y todo lo hacemos tan rápido siendo tan pequeñas y estando en todas partes todo tan rápido tan pequeñas en todas partes todo más rápido más pequeñas en cualquier parte en todas partes después de Waterloo.

Puede parecer una interpretación romántica o hiperbólica de la realidad, no obstante, la tecnología ya ha cambiado la vida del planeta, desde su ciudadanía a sus ciudades. Todo está más conectado y es más accesible, no se requiere esfuerzo cognitivo alguno para descifrar las incógnitas que plantea la realidad. El consumo masivo de contenido en internet como el meme no responde a un ejercicio mental, al contrario, lo hace al estímulo inmediato del placer que genera un chiste, el enfado o la ironía de los usuarios que los crean o comparten. Al mismo tiempo, la canción introduce la cuestión de la ubicuidad cuando dice lo siguiente: “[...] y todo lo hacemos tan rápido, siendo tan pequeñas, en todas partes, todo más rápido”. Este asunto es de especial interés en el campo de las redes sociales, el cual se detallará en el siguiente epígrafe.

7.4.1. Redes sociales

La tecnología tiene una dimensión claramente lúdica. Si bien los fines históricos que tenía esta red de redes fue la comunicación y el intercambio de información práctico, con el tiempo y su apertura a la ciudadanía, se ha creado un ecosistema del

entretenimiento visible especialmente en las redes sociales. Estas son espacios ideados para la comunicación y el intercambio, como un repositorio de la memoria radicado en la nube. Éric Sadin (2017: 94) en *La humanidad aumentada* habla de esa dimensión lúdica y su relación con la vida cotidiana:

Es un desplazamiento de apariencia discreta, pero que modifica nuestra concepción colectiva de la 'techné' [técnica], porque ya no la sitúa en una alternativa crispada entre emancipación y servidumbre, sino que descubre otro tipo de tensión, de facto menos formal y más teñido de afecto, entre 'enriquecimiento' o 'dependencia'.

[...] Las relaciones personalizadas con los objetos se inscriben bajo el régimen de una 'feliz imprudencia' que supone un aligeramiento de lo cotidiano, paradójicamente inducido por un tipo de apego casi continuo y que se pone en acto, en particular, en los vínculos compulsivos con el teléfono móvil o las relaciones adictivas con Internet.

El filósofo francés introduce un concepto observado con anterioridad en el epígrafe dedicado al contexto sociocultural, la técnica. Esta implica un régimen de instrumentos enfocados en la productividad y el rendimiento aumentado de los individuos, un ejemplo es el uso de las redes sociales como herramientas de proyección profesional constante. El espacio digital contemporáneo está atravesado por multitud de algoritmos que amplifican las experiencias del usuario y reducen la vivencia orgánica. Un caso práctico es el cambio que realizó Twitter para "incrementar el tiempo de uso" (2018) de la red social, así como un esfuerzo comercial de cara a poder competir con Facebook y sus constantes innovaciones, tal y como recoge *The Verge* en una pieza titulada *Twitter is relaunching the reverse-chronological feed as an option for all users starting today*.

Los ordenadores permiten amplificar las capacidades naturales, tal y como se ha comentado. Pero también modifican la realidad, la aceleración a la que se somete cambia el comportamiento, el planteamiento urbano y el diseño de los nuevos dispositivos tecnológicos. Sadin (2017: 22) señala este proceso de transformación que da pie a una realidad inédita, dominada por la tecnología y la técnica:

Desde hace medio siglo, se viene produciendo una mutación, a la vez discreta y decisiva, del estatuto concedido a la técnica: mientras que su vocación ancestral consistía en colmar las insuficiencias del cuerpo de acuerdo con una dimensión prioritariamente protésica¹⁶, de modo progresivo fue asumiendo la carga inédita de gobernar de forma más masiva, rápida y 'racional' a los seres y las cosas.

¹⁶ Marshall McLuhan (2001) fue pionero hablando de la tecnología como una extensión del propio cuerpo, se anticipó con acierto a las relaciones contemporáneas con el ámbito digital, cada vez más cerrado e íntimo.

En definitiva, las redes sociales participan en la dinámica de la prisa y el olvido. La tecnología no se detiene, incluso cuando todavía tiene fronteras por superar, como la biotecnología. En cualquier caso, la relación liberal establecida con la tecnología pinta con detalle el paisaje en el que se fecunda con éxito el olvido progresivo del meme.

7.4.2. El cerebro automatizado

“¿Acaso tener recuerdos es tan divertido?”, pregunta Kazama, uno de los personajes de la película *Shin Chan: Los adultos contraatacan* (2001). Hasta ahora se ha perfilado un contexto convulso en el que la asimilación de la información, los torrentes comunicativos y la propia estructura de la realidad contemporánea definen la capacidad de recordar. Esta referencia expuesta al comienzo del párrafo permite partir de una posición ingenua desde la que observar el fenómeno de la fugacidad.

La acción toma nueva forma. Así lo entiende Marshall McLuhan en *The medium is the message* (2001: 8). El avance tecnológico actual obliga a actualizar premisas, a pensar de nuevo en la acción. Nada es tan evidente como parece, las consecuencias del acto de navegar en internet son profundas. De este modo, las narrativas clásicas, detalladas, repletas de parábolas y contenido pasan a convertirse en mensajes vacíos, momentos de placer, memes que tienen una acción reactiva al entrar en contacto con el individuo digital, es la automatización del pensamiento frente a la autonomía del pensamiento orgánico crítico:

The medium, or process, of our time -electric technology- is reshaping and restructuring patterns of social interdependence and every aspect of our personal life. It is forcing us to reconsider and reevaluate practically every thought, every action, and every institution formerly taken for granted. Every is changing [...]. And they're changing dramatically.¹⁷

Todos los avances que históricamente se han producido, desde el alfabeto a la imprenta, se han convertido en extensiones del cuerpo humano (2001: 26). El meme es hijo de la era digital, el último estadio descrito por McLuhan. Y, tal y como anticipaba, está cambiando nuestra conducta, lenguaje y capacidad de respuesta. Los memes, siempre

¹⁷ Una traducción sugerida es: “El medio, el proceso y la era de la tecnología eléctrica están cambiando y reestructurando los cánones de la interdependencia social y cada aspecto de nuestra vida personal. Nos está forzando a considerar de nuevo todo lo que hemos pensado, cada acción y cada institución que dábamos por garantizada. Todo está cambiando [...]. Todo está cambiando dramáticamente”.

y cuando sean símbolos comunes, se emplean para comunicarse. Si bien parece un cambio sutil en comparación con los grandes avances que dejó tras sí el S. XXI, lo cierto es que este participa en una revolución cognitiva.

Mcluhan (2001: 63) detalla un aspecto relevante para la investigación, se trata de la relación entre cultura visual y velocidad. Ambos conceptos son reactivos en la medida en que un mundo que avanza cada vez más deprisa no se detiene para contemplar la realidad:

At the high speeds of electric communication, purely visual means of apprehending the world are no longer possible; they are just too slow to be relevant or affective. [...]. Electric circuitry profoundly involves men with one another. Information pours upon us, instantaneously and continuously. As soon information is acquired, it is very rapidly replaced by still newer information.¹⁸

A medida que la cantidad de memes se multiplica exponencialmente gracias a las herramientas que se disponen para la edición y tarea de compartir, como se señala en *The Age of Earthquakes* (2015), todos los memes se vuelven interesantes y aburridos (2015: 213). Esto quiere decir que la economía de la atención de Han (2012: 33) es aplicable a la conducta humana, pero también que se redirige todo ese esfuerzo hacia máquinas cada vez más capaces. La inteligencia artificial lo atestigua con herramientas capaces de narrar todo aquello que no se puede ver, escuchar o entender. Y esto queda inmortalizado en nuevas tecnologías como *Seeing AI* de Microsoft, una herramienta diseñada para mejorar la accesibilidad de personas con discapacidad visual, pero con potencial para convertirse en una herramienta representativa del estado en el que se encuentra la historia, pragmático.

7.4.3. Aquí y allí: la ubicuidad y el *fast thinking*

La tecnología ha cambiado hondamente el panorama en el que los individuos se desenvuelven. En el campo aplicado del Periodismo, Ramón Salaverría (2018: 16) en su artículo académico *Allá donde estés, habrá noticias*, señala la tendencia a la automatización y el futuro multisensorial de la profesión. No obstante, una idea clara

¹⁸ Una traducción sugerida es: “A la alta velocidad de la electricidad, la comunicación, de percepción visual del mundo, ya no es posible. Simplemente es muy lenta para ser relevante o atractiva. El circuito eléctrico relaciona profundamente a las personas entre ellas. Derraman información sobre nosotros, contantemente y de manera instantánea. Y tan pronto como esta se procesa, se reemplaza nuevamente por nueva información”.

desde el propio título de la pieza es la cuestión de la ubicuidad. Hoy es posible consumir cualquier contenido en prácticamente cualquier lugar. Así funcionan los memes depositados en la web, como mensajes que deambulan con propósitos lúdicos o informativos, pero frágiles ante el volcado constante de información.

Esta realidad acapara cada vez más tiempo y sentidos de los usuarios, de ahí que las fronteras por abarcar como la tecnología háptica, olfativa o gustativa ya se estén testando. Ese tiempo, lejos de ofrecerle al individuo más ocio, le ocupa más, sus redes demandan atención constante. Se hace necesario consumir el contenido rápido, el estado de emergencia y el *fast thinking*. Bourdieu (2005: 38) en *Sobre la televisión* introduce este concepto extrapolado desde la noción de *fast food* hacia la acción de la televisión sobre los individuos.

A raíz de ello, entabla una analogía en la que se hila el pensamiento y la urgencia. Las redes, como se puede ver hasta ahora, funcionan bajo el paradigma de la prisa. Luego, “cuando se está atenazado por la urgencia, no se puede pensar (2005: 38) y eso implica que los mensajes se vuelven susceptibles, sus narrativas se tornan vulnerables ante cualquier estímulo, idea o pensamiento preconcebido (2008: 39):

La respuesta, me parece, es que piensan mediante ‘ideas preconcebidas’, es decir, mediante ‘tópicos’. Las ‘ideas preconcebidas’ de que habla Flaubert son ideas que todo el mundo ha recibido, porque flotan en el ambiente, banales, convencionales, corrientes; por eso el problema de la recepción no se plantea: no pueden recibirse porque ya han sido recibidas.

En relación con el fenómeno de la fugacidad del meme, estas ideas permiten orientarse en el complejo ámbito en el que se construye la imaginativa del olvido. Resumiendo, la tecnología no ordena, tan solo amontona información; el cerebro, por su parte, empieza a vivir en la nube digital, incapaz de retener información por su cuenta; y la atención en el estímulo constante de la era digital es cada vez más complicada de alcanzar.

8. Análisis y resultados

8.1. La muerte de *Grumpy Cat*

El meme de Grumpy Cat nació a lo largo de 2013, a través de una serie de imágenes estáticas que representaban a un gato con un rostro peculiar que parecía denotar enfado. La singularidad que esta característica proporcionaba a sus imágenes, le hizo

un meme viral al poco tiempo, con miles de reacciones en redes sociales, imágenes, vídeos o reacciones en los que se empleaban las imágenes difundidas del felino.

Sin embargo, el día 14 de mayo de 2019, el felino murió a la edad de siete años. Al poco comenzaron las reacciones en redes sociales y los medios de comunicación se hicieron eco de un fenómeno tremendamente viral. Esta reacción en el universo digital quedará reflejada en los siguientes epígrafes con cifras. No obstante, parece relevante mencionar la forma en que se proyecta en redes, sin prácticamente menciones en Internet, hasta el momento de su muerte, cuando, por un instante, el meme vuelve a la vida.

8.1.1. Ficha de análisis

PARTE I - Identificación

10. Nombre del meme: Grumpy Cat
11. Fecha de aparición del meme original: 2013
12. Espacio digital en el que tiene mayor impacto: Facebook

PARTE II - Características

13. Fecha en la comenzó a hacerse viral: 16 de mayo de 2019
14. Tipo de meme:
 - a. Texto: noticia de su muerte con imágenes antiguas del gato
 - b. Imagen estática
 - c. Gif
 - d. Vídeo
15. Alcance (*social media reach*): 178 millones
16. Fecha en la que comenzaron a descender la cantidad de interacciones: 17 de mayo de 2019

PARTE III - Relación con el marco teórico

17. Forma en que el meme atiende a los apartados de semiótica, tecnología, ámbito sociocultural: el gato presenta una deformación física que le hace parecer

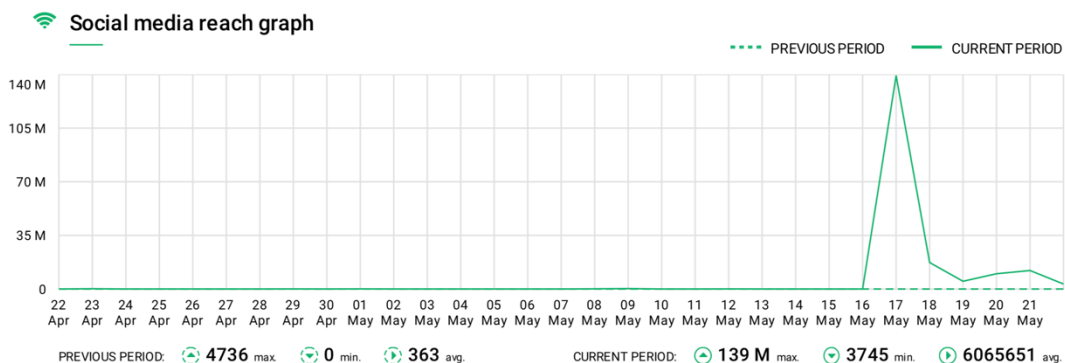
enfadado. Sin embargo, no se trata de algo novedoso, al igual que en los seres humanos, en los animales se suceden numerosas variaciones genéticas que les hacen tener rasgos distintos. En este caso, la cuestión semiológica ejerce un papel clave. La imagen hace recordar a la fisionomía del ser humano con su expresión. El animal es sometido a una humanización que le confiere un carácter cómico. No obstante, la cuestión digital es clave, porque son las redes sociales las que permiten que se divulgue de manera activa imágenes de ese gato que, posteriormente, se convierten en memes que reflejan *reactions* habitualmente.

PARTE IV - Notas

18. Peculiaridades a tener en cuenta, como, por ejemplo, aspectos relevantes o representativos del fenómeno en relación con la fugacidad (multiplicidad, estética, narrativa): en este caso, no se analiza el meme en sí mismo del Grumpy Cat, sino la muerte fáctica de su protagonista y su impacto en internet. Esta circunstancia implica que se haya generado un revuelo mediático que se visualiza en una caída dramática de la atención y el alcance en Internet al día siguiente de publicarse la noticia. Esto responde a una cuestión sustancial, la economía de la atención y el interés, la fugacidad con la que las imágenes pierden relevancia en el imaginario colectivo, su capacidad de volver a ser de interés y su relación con fenómenos como la moda.

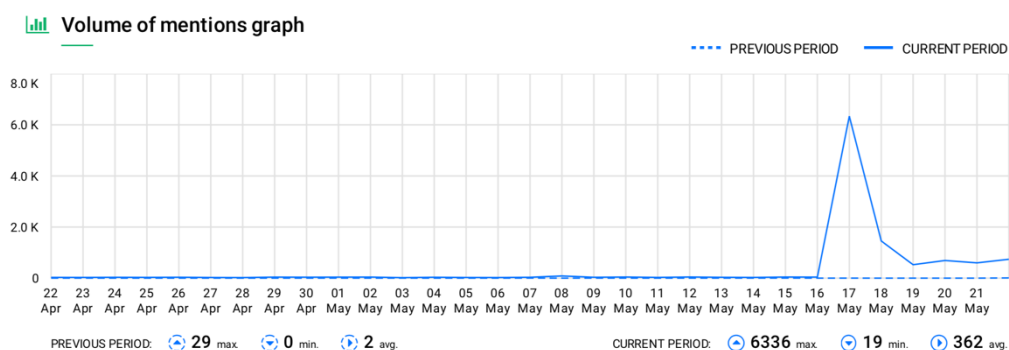
8.1.2. La resurrección del meme en cifras

A la hora de medir el impacto en Internet del fenómeno, la herramienta Brand24 dispone de dos medidores clave para determinar el parámetro de alcance y las menciones.



Fuente: Brand24

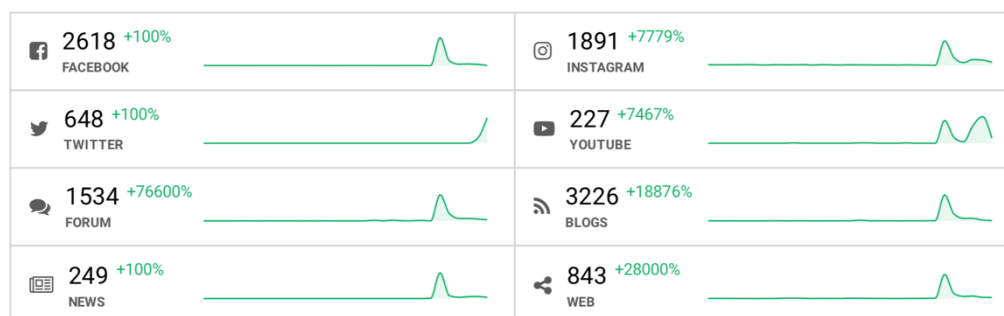
Como se puede observar en el primer gráfico, la búsqueda de la palabra clave “Grumpy Cat” no obtiene resultados hasta el día 16 de mayo, momento en el que se conoce a través de redes sociales y medios de comunicación la muerte del felino. En ese preciso instante y en cuestión de horas, se experimenta un elevado pico de actividad en el alcance de la noticia, que llega a ser de 139.175.706 usuarios, tal y como señalan los datos a día 23 de mayo de 2019.



Fuente: Brand24

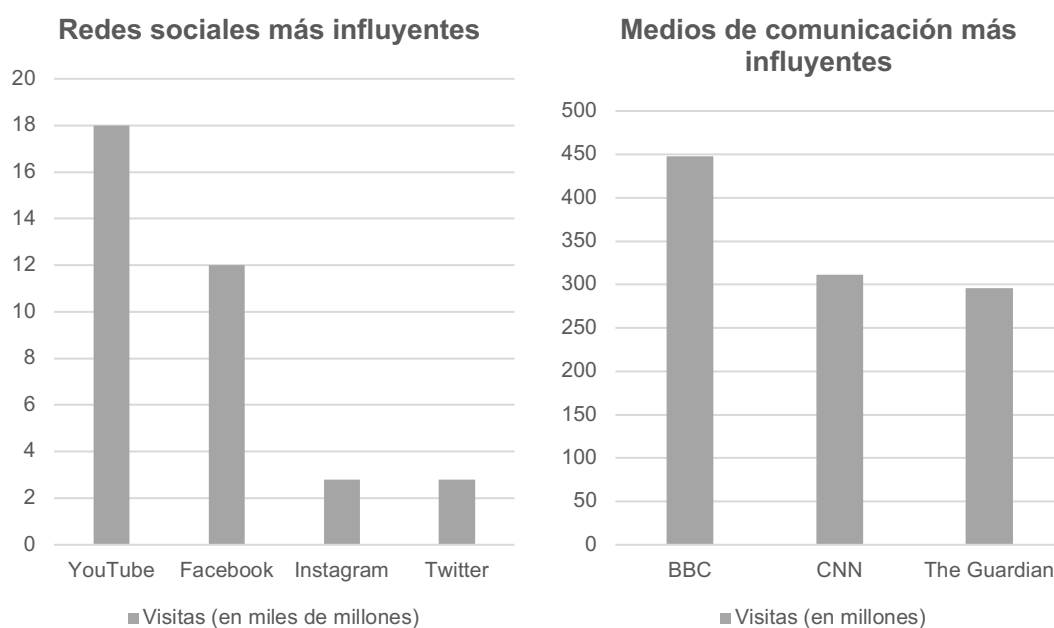
Por otro lado, en relación con la cantidad de menciones directas que emplean específicamente el nombre de “Grumpy Cat”, la herramienta calcula unas 6.336 menciones. Si bien esta cifra en relación con el alcance es baja, esto responde a que la búsqueda que realiza la herramienta no recoge posibles mensajes que contengan únicamente imágenes, o no mencionen directamente al gato. No obstante, ambos gráficos recogen la misma curvatura, donde se visualiza un pico de actividad el día 16 de mayo, alcanzando su punto álgido el día 17 de mayo de 2019 y comenzando a descender en ese mismo instante.

Mentions per category (comparing to previous period)



Fuente: Brand24

Otro aspecto relevante para el análisis es el impacto de las menciones a través de distintas categorías. Como se observa en el gráfico superior, el espacio que aumenta su cantidad de menciones en mayor medida son los foros (+76600%), la web (+28000%) y los blogs (+18876%). Los tres son lugares ambivalentes que pueden tomar distinta forma, temática y registro. En cualquier caso, son cifras especialmente representativas de un fenómeno viral puesto que son las plataformas sociales más transitadas por los usuarios, como Facebook, Instagram o Twitter. Por otro lado, tal y como se refleja en sus respectivos gráficos, todos los espacios señalan una elevación que coincide con los indicadores de menciones y alcance, salvo en el caso de YouTube que experimenta una caída y vuelve a subir o Twitter que padece la subida más tarde que el resto. Esto puede deberse a la naturaleza de esas redes. Por ejemplo, YouTube requiere de un mayor tiempo de trabajo para sus contenidos, puesto que los vídeos deben documentarse, editarse y subirse.



Fuente: Brand24 / Elaboración propia

En relación con los sitios web más influyentes, el análisis de datos que proporciona Brand24 señala a YouTube (18 mil millones de visitas), Facebook (12 mil millones de visitas), Instagram (2,8 mil millones de visitas) y Twitter (2,8 mil millones de visitas) como las redes sociales con mayor influencia en este fenómeno. Por otro lado, los medios de comunicación que más destacan en esta categoría son la British Broadcast Corporation (448 millones de visitas), la CNN (311 millones de visitas) y The Guardian (296 millones de visitas).

El contenido mencionado va de la mano de una serie de cuestiones relevantes, como las menciones más populares o las etiquetas más empleadas. En esta categoría cabe destacar que la mención más popular que señala el informe generado por Brand24 es la siguiente: “Telling Random kitty that her favorite internet cat Grumpy Cat (a.k.a. Tardar Sauce) has passed away”¹⁹ del usuario de YouTube Talking Kitty Cat. Del mismo modo, la etiqueta más utilizada a través de Internet para referirse al fenómeno es #grumpycat y de manera más indicativa de su muerte se emplea la etiqueta #ripgrumpycat.

8.2. ¿Valle-Inclán o Albus Dumbledore? El caso de Agustín Zamarrón

El martes 21 de mayo de 2019 se celebró la sesión constitutiva de las Cortes Generales de España, en la Mesa de Edad, un instrumento transitorio que está compuesto por la persona de mayor edad que haya sido elegida para la Cámara y dos de las más jóvenes, y tiene como propósito organizacional inicial la apertura de la legislatura y la votación de la Mesa Definitiva que presidirá las Cortes.

Fue uno de los integrantes de esta mesa quien se hizo viral, el diputado de Burgos por el Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Agustín Zamarrón. Su apariencia atrajo la atención de las cámaras puesto que su figura recordaba a la del literato Ramón María del Valle-Inclán o, incluso, al personaje de la saga de Harry Potter, Albus Dumbledore. Al instante, los medios de comunicación y los usuarios en las redes sociales vieron desbordadas sus líneas temporales con imágenes, chistes y memes sobre el diputado socialista.

En una entrevista realizada para el *eldiario.es* (Villascusa, 2019) Zamarrón habló sobre el fenómeno viral que había generado su apariencia en medios de comunicación y las redes sociales:

Me ha gustado. En mi ciudad, Miranda de Ebro, los chicos me llamaban Valle-Inclán, y eso está muy bien porque significa que lo conocían; ahora el siguiente paso es leerlo. Todo aquello que haga que se hable de Valle-Inclán está muy bien. Se ha hablado, para nuestra desgracia de lo esperpéntico de nuestra situación, pero Valle-Inclán también representa la alegría, la agilidad mental y la armonía.

¹⁹ Traducción sugerida: “Contándole a Random el gato que su gato favorito de internet, Grumpy Cat (también conocido como Salsa Tártara) ha muerto”.

No es un fenómeno nuevo el que estas situaciones se vuelvan tendencia relacionando un nuevo rostro con otro clásico o haciendo comparaciones burdas entre personas. Sin embargo, este meme responde a cuestiones importantes como la viralidad y, al mismo tiempo, desvela el interés por la sesión constitutiva de las Cortes.

8.2.1. Ficha de análisis

PARTE I - Identificación

1. Nombre del meme: Agustín Zamarrón o Valle-Inclán
2. Fecha de aparición del meme original: 2019
3. Espacio digital en el que tiene mayor impacto: Twitter

PARTE II - Características

4. Fecha en la comenzó a hacerse viral: 21 de mayo de 2019
5. Tipo de meme:
 - a. Texto: acompañado de imagen del diputado o, incluso, collages
 - b. Imagen estática
 - c. Gif
 - d. Vídeo
6. Alcance (*social media reach*): 1.775.783
7. Fecha en la que comenzaron a descender la cantidad de interacciones: 22 de mayo de 2019

PARTE III - Relación con el marco teórico

8. En el apartado semiológico, cabe indicar el parecido físico que existe entre el diputado Agustín Zamarrón y el literato Valle-Inclán. Ambos comparten una serie de características físicas como la barba blanca o las gafas redondas que originan un parecido extraordinario. No obstante, en lo lingüístico, se trata de una comparación sencilla, en la que los tuits solamente recalcan la similitud utilizando oraciones simples o imágenes comparadas. Se trata de un mecanismo de consumo rápido, ideado para detectar, instantáneamente, las semejanzas entre los dos individuos. Por este motivo, a largo plazo, cabe esperar que las imágenes

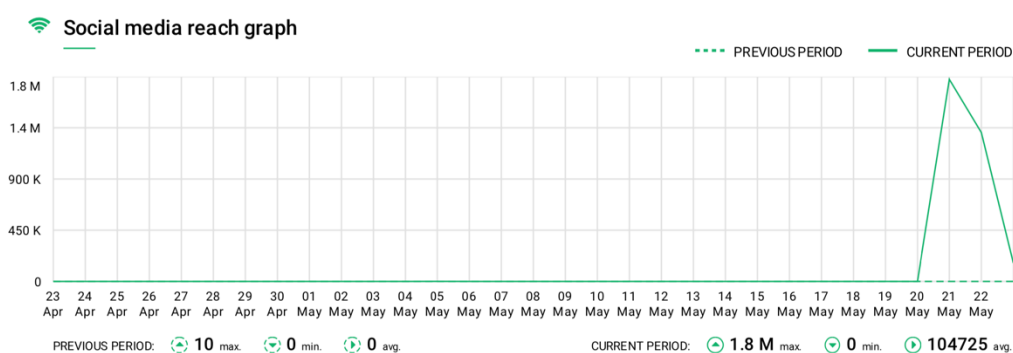
sean olvidadas en su vertiente viral, aunque es cierto que la reminiscencia de esa comparación puede sobrevivir en la medida en que el diputado Zamarrón siga siendo visible en las Cortes.

PARTE IV - Notas

- Entre las peculiaridades a destacar, cabe señalar que este meme viral responde a un arquetipo clásico, el de la comparación. Hasta ahora no se han detectado multiplicidades o ediciones, así que es posible que su olvido responda a la cuestión de la fugacidad. Por otro lado, el diputado ha respondido a entrevistas y ha ahondado en su similitud física con Valle-Inclán, lo cual puede servir para continuar dándole vida al meme, aunque eso depende de factores como su visibilidad mediática, el interés que despierten otros aspectos personales como la conducta o el carácter que, de hecho, también abordaron los medios de comunicación para destacar sus formas “decimonónicas” (Villascusa, 2019) al pedir orden en las Cortes, por ejemplo.

8.2.2. Dos rostros sometidos a la fugacidad

En los dos elementos de análisis clave, como son las menciones y el alcance que proporciona la herramienta de monitoreo Brand24, se descubren los siguientes detalles.

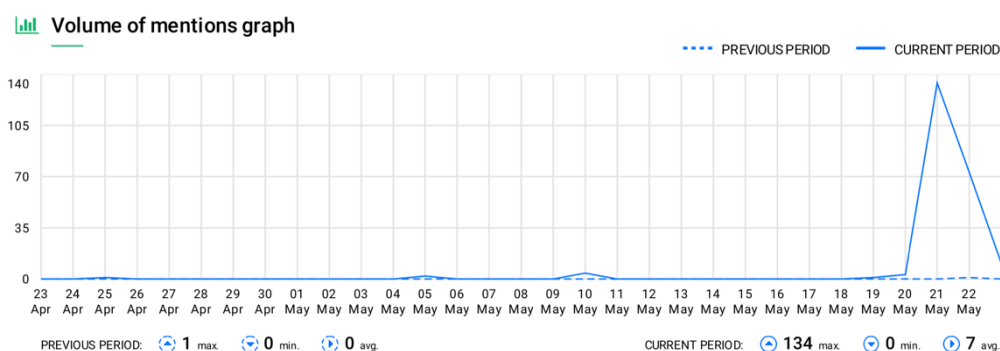


Fuente: Brand24

Tal y como se observa, se produce un pico de actividad en relación con el alcance de la publicación durante la jornada que transcurre del 20 al 21 de mayo de 2019. Este fenómeno coincide, precisamente, con el momento en el que se constituye la Mesa de Edad de las Cortes y, consecuentemente, se difunden las imágenes del diputado a

través de redes sociales donde comienzan a realizarse comparaciones entre el aspecto físico del diputado y Valle-Inclán. A lo largo de los días anteriores, en este caso del 23 de abril hasta el 20 de mayo de 2019, no existe mención alguna de su nombre en las redes sociales o internet.

La curva que toma en este caso el fenómeno viral de Mazarrón es especialmente representativa de la viralidad, con una subida frenética que consigue un alcance de 1 775.783 usuarios en su momento álgido, que se produce el día 21 de mayo de 2019. Esto representa un crecimiento del 100% en redes sociales, teniendo en cuenta que no existía repercusión mediática a esta escala masiva del diputado socialista.

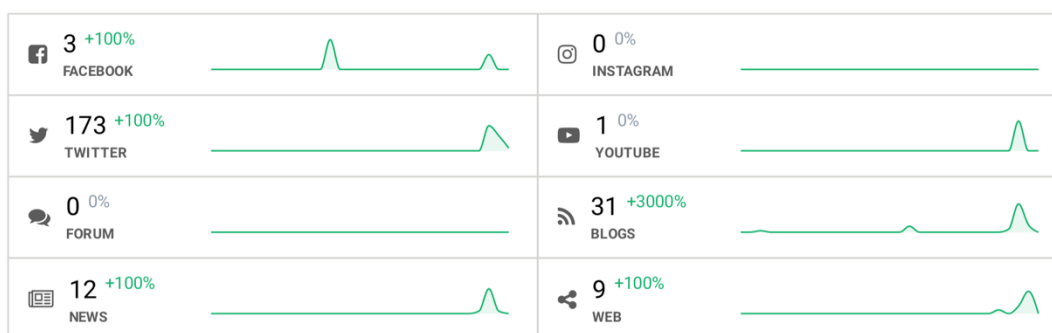


Fuente: Brand24

En relación al número de menciones, existen algunas de los días 5 y 10 de mayo de 2019, pero escasas en comparación con la que sucede el día 21 de mayo de 2019, momento en el que se vuelve viral el contenido. Partiendo de la palabra clave introducida para el análisis que es el propio nombre del diputado, Agustín Zamarrón, se obtuvieron 134 menciones directas sin tener en cuenta otras en las que, simplemente, se subiera la imagen a redes sociales o un nombre distinto al suyo.

Al igual que en el gráfico de alcance del meme, las menciones sufren la misma elevación en el mismo momento, yendo de la mano la viralidad lograda con las menciones directas y el alcance en las redes sociales. También se debe destacar el hecho de que tan solo 134 menciones directas hayan sido capaces de obtener un alcance de más de un millón de usuarios.

← Mentions per category (comparing to previous period)

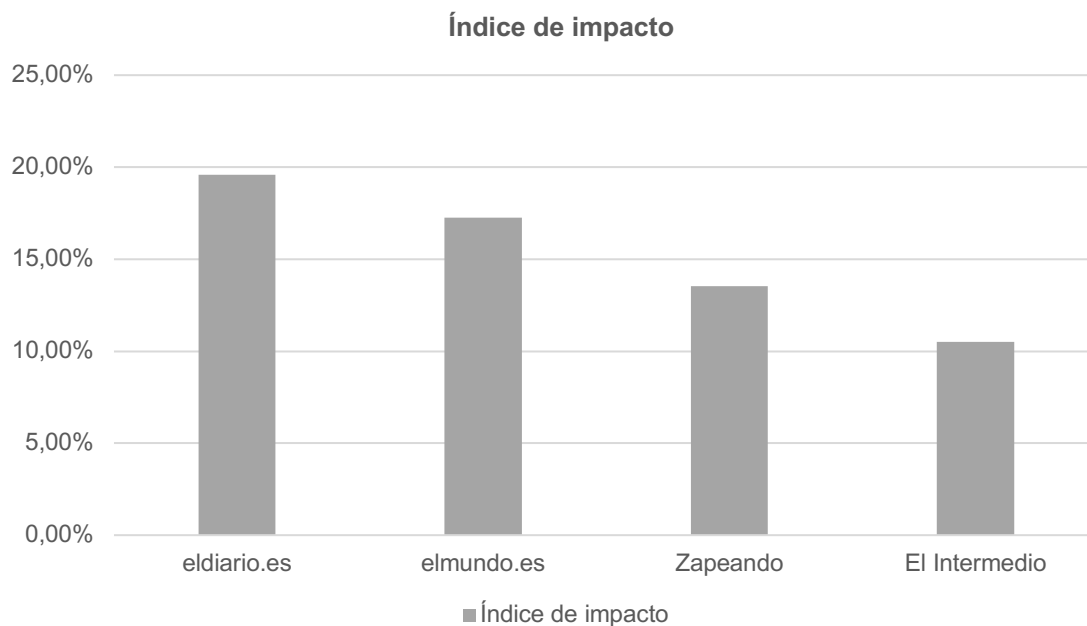


Fuente: Brand24

Las menciones experimentaron un crecimiento del 100% en las redes sociales como Facebook o Twitter, aunque en el caso de otras como Instagram no se detectó ninguna mención directa. En el caso de los blogs, el crecimiento fue de un 3000%, probablemente, debido a que ya existían recursos en el que se le citaba por su trabajo como político. Por otro lado, en el apartado de noticias y web, también se experimentó una subida del 100%.

El dato que más destaca entre todos es la cantidad de menciones directas que se generaron en Twitter, cuya curva de crecimiento coincide con la de alcance y menciones presentada anteriormente. Resalta, en el caso de Facebook y los blogs, un crecimiento previo muy sutil que coincide con la curva detectada en las menciones que tuvo el diputado los días 5 y 10 de mayo de 2019.

En la categoría de autores en las redes sociales más influyentes se colocan, especialmente, los medios de comunicación. Si bien es cierto que estos fenómenos suelen comenzar entre los usuarios de las redes sociales, en este caso, las plataformas que permitieron incrementar su viralidad fueron los medios de comunicación. Entre los tres con mayor impacto están *eldiario.es* (19,578% de cuota de impacto), *elmundo.es* (17,258%) y el programa de *La Sexta, Zapeando* (13,526%).



Fuente: Brand24 / Elaboración propia

Cabe destacar que todos los datos de medios de comunicación y programas presentados se refieren a sus respectivos perfiles de Twitter. En la lista proporcionada por Brand24 se incluye los 20 perfiles más influyentes, todos son los que estos medios de comunicación tienen en la red de microblogging, salvo uno de ellos que es de YouTube, y se trata de *Europa Press* y está en el puesto 16. Esto último se debe probablemente a que esta agencia de noticias suele publicar muchas de sus noticias en formato de vídeo breve que difunden a través de sus redes sociales, entre ellas YouTube.

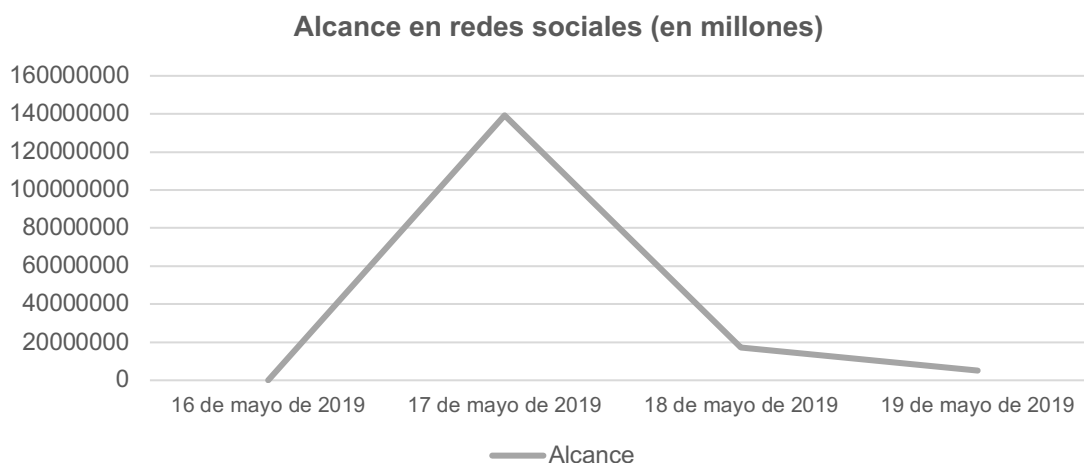
Twitter es una red social que suele utilizarse para comentar la realidad y actualidad de manera instantánea. De ahí que estos perfiles se empleen, asiduamente, por medios de comunicación o programas de televisión como *Zapeando* o *El Intermedio*, ambos de *La Sexta*, para conformar un apoyo digital de sus emisiones. Todo ello acompañado, normalmente, de etiquetas que permiten indexar comentarios y darles visibilidad en la red. En este caso, las etiquetas más empleadas son, en primer lugar, #sesiónconstitutiva (14 menciones), seguida de #zapeando1372 (7 menciones) y #congreso (6 menciones). Entre ellas destacan algunas como #valleinclán (3 menciones) o incluso #gandalf acompañando a la palabra clave de Agustín Zamarrón con 1 mención.

El fenómeno de Agustín Zamarrón tiene un alcance total de 3,2 millones de usuarios y 3478 interacciones en internet. Todo ello en el contexto geográfico de España, país en el que encuentra una proyección social y mediática favorable para su viralidad. No obstante, el fenómeno trasciende la frontera nacional y llega a introducirse en Marruecos con un alcance de 315 usuarios y Australia con 227 usuarios que conocen este meme.

8.3. Resultados

8.3.1. Resultados Grumpy Cat

Los resultados globales se sintetizan haciendo énfasis en la curva que toma el fenómeno de la muerte de Grumpy Cat. Hasta el momento de su muerte, su viralidad se había apagado, su imagen dormía en el subconsciente del imaginario digital. Sin embargo, en el instante en el que se hace pública su muerte, los medios de comunicación, las redes sociales y la web, en líneas generales, se hacen eco, obteniendo un alcance que se mide en millones de usuarios. De hecho, la magnitud del acontecimiento es tal que, en las redes sociales, las visitas se cuentan en miles de millones, como sucede en YouTube, Facebook, Instagram o Twitter, plataformas que suman 35,6 mil millones de visitas entre ellos.



Fuente: Brand24 / Elaboración propia

No obstante, al cabo de tan solo un día, en concreto, el 17 de mayo de 2019, el fenómeno pierde interés y alcance. El resultado del informe obtenido de Brand24 indica que la repercusión en las redes sociales baja de 139.245.347 usuarios a 17.321.762 en

cuestión de horas en el día 18 de mayo de 2019. De hecho, la cifra continúa en descenso, y, a día 23 de mayo de 2019, la muerte de Grumpy Cat tenía un alcance de tan solo 32.330 usuarios.

8.3.2. Resultados Agustín Zamarrón

Una vez puestos en común todos los datos, se puede observar un importante crecimiento en torno al fenómeno de *Agustín Zamarrón*, que nace el mismo día en el que se inicia la actividad de las Cortes con la constitución de la Mesa de Edad y de la que él fue presidente de forma transitoria. Sin embargo, ese pico que alcanza a dos millones de usuarios, pronto comienza a descender el mismo día, hasta llegar a día 23 de mayo de 2019 a un alcance de 161.733 usuarios en total y tan solo 11 menciones.

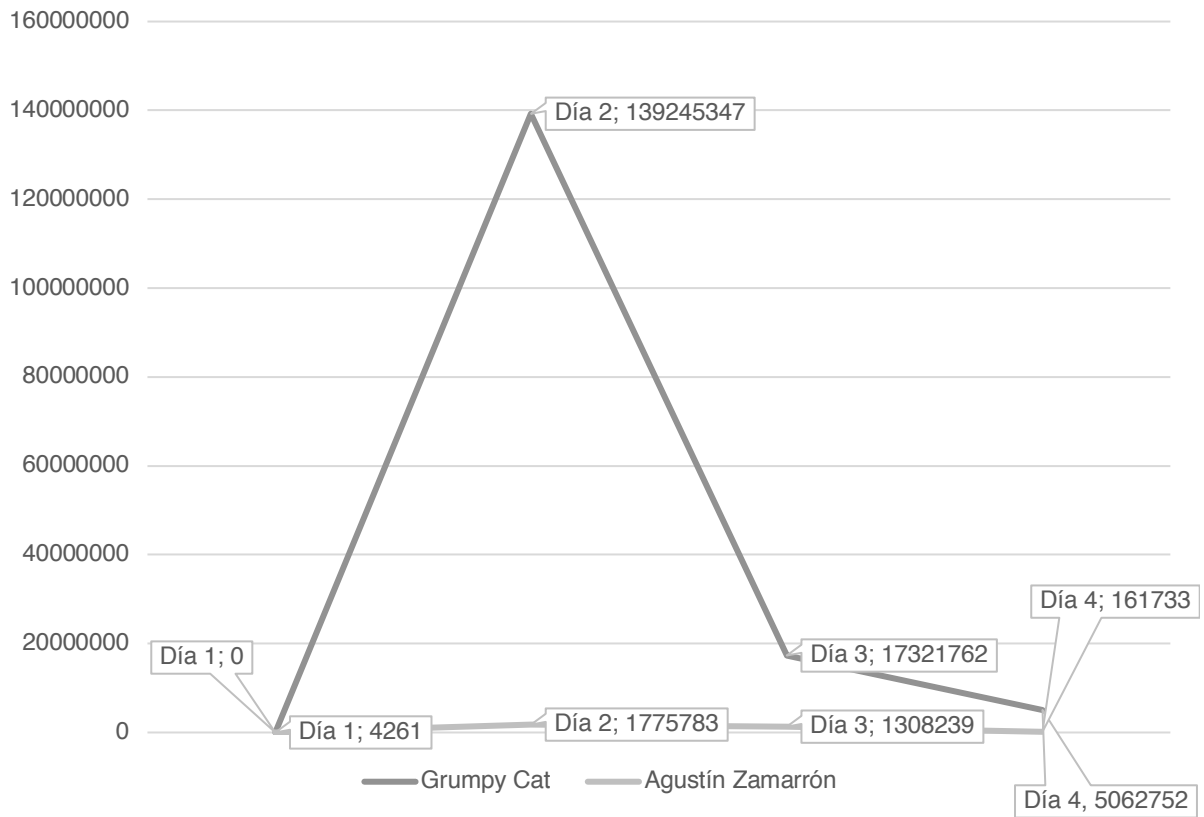


Fuente: Brand24 / Elaboración propia

8.4. Cruce de datos

A la hora de cruzar los datos, se destaca la similitud que existe entre ambas curvas en relación a menciones y alcance. En los dos casos, se observa un crecimiento exponencial en un periodo de un día, aproximadamente. Más tarde, una vez el meme alcanza el estado de viral, sus menciones y alcance comienzan a descender, bruscamente. Este fenómeno es denotativo del de la viralidad, pero, al mismo tiempo, de la tendencia a la fugacidad del meme, a que sean olvidados y eliminados del imaginario colectivo en periodos breves de tiempo.

Relación de alcance en los casos estudiados



Fuente: Brand24 / Elaboración propia

No obstante, sí es cierto que, en muchos casos, los memes pueden quedar retenidos con mayor o menor impacto en la memoria con posterioridad a su viralidad. Aunque, para que esto suceda, el meme en sí mismo debe haber tenido un gran impacto y lograr un importante recorrido que depende de muchas variables, como la cobertura mediática, la relación con la realidad fáctica o su propio formato (textual, audiovisual).

En relación con el gráfico expuesto en este epígrafe, cabe mencionar la importante divergencia en la cantidad de usuarios alcanzados, puesto que mientras el caso de *Grumpy Cat* es un fenómeno viral estadounidense con alcance internacional, el de Agustín Zamarrón es de ámbito nacional (español) y se centra en un humor que relaciona figuras políticas y literarias, lo cual requiere de un nivel de conocimiento de la realidad alto que permita hallar la ocurrencia en esa referencia. A pesar de esta circunstancia, en sus respectivos gráficos, se puede observar la misma curvatura, una elevación indicativa del fenómeno descrito.

Conclusiones

A lo largo de esta investigación se ha establecido un amplio marco teórico sobre el que operar, además de un análisis de dos casos representativos del fenómeno de la fugacidad del meme. Ambos elementos permiten extraer una serie de conclusiones en torno a la cuestión estudiada, así como de las hipótesis propuestas para orientar este proyecto.

1. La primera hipótesis presentada indicaba que los memes tienden a olvidarse en un periodo breve de tiempo. Los datos obtenidos, por tanto, refrendan la hipótesis propuesta, aunque se debe indagar en profundidad en futuros estudios para garantizar una tendencia generalizada. En los dos estudios de caso analizados, se comprobó que los memes experimentan un importante crecimiento en sus menciones y alcance en un margen temporal de, habitualmente, un día. No obstante, una vez culminan su viralidad, pierden interés. En los casos expuestos, se visualiza una caída brusca de su impacto en un margen de horas o de uno o dos días.
2. La segunda hipótesis señalaba que los memes, a su vez, empleaban un lenguaje iconográfico o textual sumamente simple. En los dos casos empleados se pudo comprobar que es así. En el análisis de Grumpy Cat, el elemento viral es simplemente una fotografía de un gato cuyos rasgos eran humanizados por el usuario. En el caso de Agustín Zamarrón, su viralidad fue propiciada por su parecido físico con Valle-Inclán. En las dos muestras analizadas, las imágenes no contaban con una narrativa subyacente, una historia o anécdota realmente enriquecedora. Esto puede relacionarse directamente con el impulso instantáneo de los usuarios a comentar y el factor accidental o intencional con el que sus comentarios se convierten en virales. Por lo tanto, esta segunda hipótesis queda refrendada.
3. La curva de impacto que ambos casos experimentan es similar, con un pico muy elevado y un repentino de interés. La economía de la atención (Han, 2012: 33) juega un papel crucial en este asunto, puesto que en la medida en que, constantemente, nacen memes nuevos, se pierde el interés por aquellos que aparecieron el día anterior (Basar, Coupland, & Obrist, 2015). Se trata de un opacamiento orquestado a través del crecimiento exponencial de usuarios, menciones y la capacidad de reeditar los memes o resignificarlos.

4. La situación socioeconómica actual propicia la fugacidad del meme. La economía neoliberal somete a los individuos a presiones y preocupaciones nuevas en un estado de aceleración constante a través de su trabajo, rutinas, etc. Esta situación de crecimiento económico acelerado ha dado pie a la creación de herramientas y de redes sociales nuevas, como fue el caso de Vine, paradigmática en su formato de vídeo breve. Todos estos mecanismos otorgan al usuario la capacidad de editar, opinar o publicar memes que se amontonan en las cronologías de sus redes sociales, haciendo que pierdan su carácter único y su batalla para sobrevivir o captar la atención deba ser atendida por medios de comunicación.
5. Los avances tecnológicos son agentes activos de este crecimiento. Es lo que se conoce como *Ley de rendimientos acelerados*, que enuncia la forma en que cada avance implica un crecimiento significativamente mayor y más rápido que el anterior. Esto es aplicable al meme, que se beneficia de nuevas aplicaciones móviles o herramientas para editar o gestionar perfiles de las redes sociales. En la medida en que esto crece, los memes nacen antes, en mayor cantidad y el usuario es incapaz de estar al día, lo que propicia su olvido. En los casos analizados, los memes estudiados coexistieron con infinidad de memes similares o totalmente distintos que pudieron, en mayor o menor medida, solaparles.
6. La volatilidad del meme atiende a numerosos factores. A lo largo del análisis se pudo observar como algunos de ellos era comparaciones burdas basadas en cuestiones semiológicas. Sin embargo, la viralidad y capacidad de ser retenido en el imaginario colectivo, van de la mano de asuntos como la coyuntura sociocultural de un periodo de tiempo y un espacio concretos, como es la sesión de apertura de las nuevas Cortes Generales de España con Agustín Zamarrón. Por lo tanto, es complicado predecir cuánto tiempo será retenido un meme o, siquiera, si se hará viral. Lo realmente importante es comprender que, en un ecosistema digital convulso, la atención del usuario se vuelve algo cada vez más complicado de obtener.

Cabe señalar que los casos analizados en este proyecto son susceptibles de enriquecerse gracias a nuevos trabajos que continúen con esta línea de investigación. De esta forma, se podría elaborar un mapa más claro y detallado del ecosistema en el que se desenvuelven los memes y los motivos por los que se propicia su fugacidad.

Bibliografía

- Aira, C. (2016). *Sobre el arte contemporáneo seguido de En La Habana*. Barcelona: Literatura Random House.
- Aumont, J., & López Ruiz, A. (2002). *La imagen*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Avendaño, T. C. (2018, octubre 19). Una investigación apunta a una gran trama de propaganda ilegal a favor de Bolsonaro por WhatsApp. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2018/10/18/america/1539882904_236384.html
- Basar, S., Coupland, D., & Obrist, H. U. (2015). *The age of earthquakes: a guide to the extreme present*. New York, New York: Blue Rider Press.
- Berganza Conde, M. R., & Ruíz San Román, J. A. (Eds.). (2005). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid; México: McGraw-Hill.
- Blackmore, S. J. (2000). *The meme machine*. Oxford: Oxford University Press.
- Bourdieu, P. (2005). *Sobre la televisión* (T. Kant, Trad.). Barcelona (España): Anagrama.
- Callejo Gallego, J. (2017). *Introducción a las técnicas de investigación social*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- Drummond de Andrade, C. (2018, noviembre 1). A Flor e a Náusea - Drummond (sem erros) | A Magia da Poesia. Recuperado 14 de abril de 2019, de A magia da poesia website: <http://www.poesiaspoemaseversos.com.br/a-flor-e-a-nausea-drummond-sem-erros/>
- Fontcuberta, J. (2010). *Blow up Blow up* (Primera edición). Cáceres: Editorial Periférica ; Casa sin Fin.
- Han, B.-C. (2012). *La sociedad del cansancio* (A. Saratxaga Arregi, Trad.). Barcelona, Esp.: Herder.

- Han, B.-C. (2016). *La sociedad de la transparencia* (R. Gabás Pallás, Trad.).
Barcelona: Herder.
- Hawthorne, N. (2012). *El espantapájaros* (J. S. Cárdenas, Trad.). Cáceres: Editorial
Periférica.
- Igartua, J. J., & Humanes, M. L. (2010). *Teoría e investigación en comunicación social*.
Madrid: Síntesis.
- La mirada indiscreta. Gilles Lipovetsky - YouTube. (s. f.). Recuperado 5 de febrero de
2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=bESfve62o6s&t=936s>
- Lipovetsky, G. (2014). *Los tiempos hipermodernos* (A.-P. Moya, Trad.). Barcelona:
Anagrama.
- Lladó, A. (2019). *La mirada lúcida: el periodismo más allá de la opinión y la
información*. Barcelona: Anagrama.
- Lotman, I. M., Lozano, J., & Tartu Riiklik Ülikool (Eds.). (1979). *Semiótica de la cultura*.
Madrid: Ediciones Cátedra.
- Maffesoli, M. (2004). *Elogio de la razón sensible: una visión intuitiva del mundo
contemporáneo*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Marcus, B. (2018). *The American Meme* [Documental]. Netflix.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (2001). *The medium is the message: an inventory of effects*
(J. Agel, Ed.). Corte Madera, Calif: Gingko Press.
- Muñoz Villar, C. (2014). *El meme como evolución de los medios de expresión social*.
Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/129749>
- Newton, C. (2018, diciembre 18). Twitter is relaunching the reverse-chronological feed
as an option for all users starting today. Recuperado 22 de abril de 2019, de
The Verge website: <https://www.theverge.com/2018/12/18/18145089/twitter-latest-tweets-toggle-ranked-feed-timeline-algorithm>

- Ojeda, P., & Hernández Quintana, B. (2016). *Obra poética* (1.a Edición). Las Palmas de Gran Canaria: Cabildo de Gran Canaria, Ediciones del Cabildo de Gran Canaria.
- Peltzer, G. (1991). *Periodismo iconográfico*. Madrid: Rialp.
- Pérez Salazar, G., Aguilar Edwards, A., & Guillermo Archilla, M. E. (2014). El meme en internet: Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos (México, D.F.)*, 27(75), 79-100.
- Sadin, É. (2017). *La humanidad aumentada: la administración digital del mundo*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Salaverría, R. (2018). Allá donde estés, habrá noticias. *Cuadernos de Periodistas*, (35), 15-22.
- Steyerl, H. (2014). *Los condenados de la pantalla* (M. Expósito, Trad.). Buenos Aires: Caja Negra.
- Villascusa, Á. (2019, mayo 22). Agustín Zamarrón: «Prefiero que me comparen con Valle-Inclán; Harry Potter se repite, es un poco cansino». *eldiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/cyl/politica/Albus-Dumledore-Valle-Inclan-primero_zamarron-entrevista_0_901860149.html