

LA PRODUCCIÓN DE SENTIDO EN LA ERA DIGITAL: EL MEME COMO HERRAMIENTA DE PRODUCCIÓN DE SENTIDO Y ANÁLISIS SOCIAL

BRACUTO VERONA, Guadalupe

guadalupe.verona@gmail.com

IAA - Instituto de Arte Americano (FADU/UBA)

Resumen

Lejos de ser tangibles, las teorías semiológicas que entran en juego a la hora de entender la producción visual de una sociedad, son herramientas que nos permiten comprender cómo y por algo cobra sentido en un grupo y contexto determinados. Partiendo de Eliseo Verón, cualquier producción de sentido es social en tanto que todo proceso significativo se apoya en condiciones sociales de producción; y luego, cualquier fenómeno social posee un proceso de producción de sentido en tanto que todo funcionamiento social tiene un aspecto significativo constitutivo. Este doble anclaje —del sentido en lo social y de lo social en el sentido— solo adquiere relevancia si se posiciona en el nivel de los funcionamientos discursivos, esto es, si se considera la producción de sentido como discursiva.

El universo simbólico que dispara la producción de memes es, hoy en día, infinitamente más rico que el de cualquier otra pieza gráfica o de comunicación visual en relación al estudio de producción social de sentido. Los memes ponen en acción la creación, apropiación y reinterpretación de ciertos códigos que circulan socialmente. El sentido de circulación masiva del meme evidencia la aprehensión de códigos para su uso y lo posiciona como una herramienta discursiva en sí misma. ¿Cómo se construyen los códigos y cómo adquieren sentido? ¿Cómo

es que el meme se valida y se convierte en un eslabón de sentido social? Se propone hacer foco en este tipo de piezas de comunicación visual, porque se considera que el meme encierra en sí mismo un fenómeno de circulación de sentido muy fuerte, más que cualquier otra pieza clásica de diseño, que puede ser analizado tanto de manera local como internacional.

De este modo, la producción de comunicación visual denominada "meme" se convierte en herramienta semiológica: un mensaje como punto de pasaje que sostiene la circulación social de las significaciones y que analiza cómo un discurso visual se convierte en elemento fundamental para analizar una cultura y, así, entender una sociedad.

Este trabajo se propone, entonces, explicitar teorías semiológicas (instrumentos y herramientas) que expliquen el funcionamiento de los discursos en el ámbito social, cristalicen sus modos de generación, de recepción y de análisis, que den cuenta de su circulación social y evidencien la trascendencia que tiene la dimensión discursiva en la construcción social de lo real.

Palabras clave

Semiología, Producción de sentido, Diseño, Discurso, Comunicación

El meme como herramienta de producción de sentido y análisis. Marco teórico y fundamentos

"Necesitamos un nombre para el nuevo replicador, un sustantivo que abarque la idea de una unidad de transmisión cultural, o una unidad de imitación. 'Mimeme' viene del prefijo griego, pero deseo un monosílabo que suene como 'gen'. Espero que mis colegas me perdonen por abreviarlo como 'meme'. (Dawkins, 1976: p. 192). De esta manera, Richard Dawkins se refería, tal vez por primera vez, a la imitación, a la unidad mínima de transmisión cultural, que se constituirá luego como un nuevo replicador de sentido: el meme.

La aparición y consolidación de las redes sociales (Facebook, Instagram o Twitter) y los medios de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram) han generado que la comunicación deje de ser unidireccional. Las redes se convirtieron en un espacio en donde los mismos usuarios son también creadores (los denominados prosumidores) de contenido, y a menudo este contenido es mucho más valorado por los usuarios que aquel creado por instituciones oficiales.

El meme se ha instalado en la última década, y cada vez con más fuerza en los últimos cinco años, como pieza de comunicación visual fundamental a la hora de analizar la producción de sentido social. Esto se debe a la proliferación del uso de redes sociales, que van cubriendo todos los rangos etarios existentes, desde los y las niñas y niños hasta las y los adultos mayores. A través de los memes se manifiestan opiniones que se vuelven masivas, se produce e instala sentido convenido por grandes masas de la sociedad. El meme no conoce fronteras; la fácil producción y reproducción de esta tipología de piezas facilita la rápida circulación de ideas y, por lo tanto, de sentido. ¿Cómo llega a entenderse este fenómeno desde el estudio teórico de la comunicación? El objetivo de este trabajo será analizar, desde el abordaje semiológico, algunas piezas de comunicación visual que responden a la tipología meme para poder entender este fenómeno como herramienta de producción de sentido.

Para comenzar el análisis, se tomará como marco teórico tres ejes claves que elabora y pone en práctica el filósofo y semiólogo argentino Eliseo Verón (1935-2014). Estos conceptos serán: semiología, producción de sentido y teoría del discurso. A partir de ellos se pretende sintetizar su teoría y/o visión sobre la comunicación abordada para demostrar cómo la pieza de comunicación visual meme se vuelve herramienta de producción de sentido social.

Verón propuso elaborar una teoría que explique el funcionamiento de los discursos en el ámbito social, cristalice sus modos de generación, de recepción y de análisis, que dé cuenta de su circulación social y evidencie la trascendencia que tiene la dimensión discursiva en la construcción social de lo real.

Para ello, Verón recupera el modelo ternario del signo propuesto por Charles Peirce o Gottlob Frege y lo cruza con la red interdiscursiva infinita que compone la semiosis social. Verón parte de la idea de que la semiología no puede ser entendida solo bajo los términos binarios típicos de la visión saussureana y considera que este abordaje, si bien necesario para una época, resulta insuficiente por no contemplar la noción de producción de sentido. A partir de esta consideración, entiende y justifica por qué en los años sesenta fue imposible desarrollar una teoría de producción de sentido: la lingüística estructural no contempló la naturaleza social de la actividad del lenguaje; su aproximación a la articulación entre el sentido y el funcionamiento sociocultural se llevó a cabo en un marco descriptivista y taxonómico, vinculado a la clasificación y codificación.

Durante el Siglo XX, en la década del setenta, la idea de “discurso” abre la posibilidad de un desarrollo conceptual que entra en crisis con la lingüística. Se comienza a estudiar que la producción de sentido es necesariamente social y que resulta poco satisfactorio explicar un significante sin explicar sus condiciones sociales y de producción. Una teoría de los discursos sociales, entonces, se sitúa necesariamente en un plano que no es sólo el de la lengua, como había sido abordado hasta entonces.

La rearticulación y división entre teoría del discurso y lingüística por un lado y la reformulación conceptual —con la base del pensamiento ternario elaborado por Peirce y Frege— por el otro, permitirá que la teoría de los discursos retorne sobre problemas olvidados: la manifestación material del sentido (texto lingüístico, imagen, acción corporal, etc.) y la construcción de lo real en la semiosis.

De este modo, Verón llega al concepto de la teoría de los discursos sociales y da cuenta de que descansa sobre una doble hipótesis: primero, cualquier producción de sentido es social en tanto que todo proceso significativo se apoya en condiciones sociales de producción; y luego, cualquier fenómeno social posee un proceso de producción de sentido en tanto que todo funcionamiento social tiene un aspecto significativo constitutivo. Este doble anclaje —del sentido en lo social y de lo social en el sentido— solo adquiere relevancia si se posiciona en el nivel de los funcionamientos discursivos, esto es, si se considera la producción de sentido como discursiva.

Es así que la teoría de la producción de sentido es fundamental dentro del estudio de la sociología y la comunicación dado que es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social.

Si un meme es un enunciado, ¿por qué resulta insuficiente la teoría de la enunciación para analizar su función como herramienta de producción de sentido?

Émile Benveniste fue un teórico francés que se dedicó a sintetizar en la década del setenta una corriente de pensamiento en relación a la semiología. Su planteo teórico retoma la idea del habla y propone, principalmente, que el gran error de Saussure ha sido analizar en profundidad la lengua dejando de lado el habla, haciendo hincapié en el estudio de un signo estático, que no muta y al cual le falta dinamismo. Benveniste encuentra limitaciones a la hora de aplicar el concepto de semiología para analizar unidades más extensas a la luz de la categoría binaria de signo, además de considerar que esta estructura es problemática ya que no tiene en cuenta el contexto en donde se da el acto comunicacional. Eso era, para él, es la principal falencia.

Benveniste desarrolla, así, la teoría de la enunciación. Y pone foco no tanto en qué se dice sino en qué situación comunicacional se genera el discurso, quién produce el discurso y a quién se dirige el discurso. La idea de inmutabilidad sincrónica, para él, es desatinada y sostiene que un discurso no es sólo un

texto sino también su contexto. La enunciación, según su formulación, es un proceso que implica una apropiación de la lengua. Su noción de discurso involucra un enunciado y un contexto, pero también considera a la enunciación como “este poner a funcionar la lengua por un acto individual de utilización” (Benveniste, 1971: p.83).

En este sentido, podemos ver que su idea de enunciación y discurso difiere de las de Eliseo Verón. Si bien ambos consideran que un mensaje no es un discurso, Benveniste considera que un discurso es la lengua puesta en acción de modo individual mientras que Verón lo considera un mecanismo social vivo, mutante y plástico, que no se puede analizar sin tener en cuenta sus condiciones sociales, de producción y que no existe linealidad en la circulación del sentido (siempre está sujeto a pérdidas).

Para Benveniste la idea de producción de sentido se desprende de la enunciación y la enunciación para él es una acción vinculada específicamente con la palabra, ya sea dicha o escrita. No abre la noción de texto, además, a imágenes o manifestaciones corporales como lo hace Verón al estudiar los modos en que puede producirse el sentido.

Benveniste posee una visión meramente lingüística a la hora de estudiar lo dicho, la enunciación, mientras que Verón involucra como aspectos fundamentales a los sociológicos. Si bien Benveniste incorpora la noción del contexto al acto comunicacional, resulta insuficiente.

La teoría de Benveniste tiene un límite y se manifiesta al momento en que deja de lado el movimiento que implica el análisis de una enunciación y, por lo tanto, de la producción de sentido; su modelo no contempla reconstruir el proceso de producción que radica en pasar del texto (inerte) a la dinámica de su producción. En ese sentido, es indudable el aporte teórico de Verón en relación a la teoría de los discursos, que sortea las fronteras entre la evolución de la lingüística y el estudio de los discursos sociales y que resulta fundamental a la hora de analizar el fenómeno social del meme en términos semiológicos.

¿Cómo podemos entender, entonces, al meme como herramienta de producción de sentido y análisis social?

Para Richard Dawkins, “cuando plantas un meme fértil en mi mente, literalmente parasitas mi cerebro, convirtiéndolo en un vehículo de propagación del meme, de la misma forma que un virus puede parasitar el mecanismo genético de una célula anfitriona” (1976). Dawkins hace referencia al concepto de “meme” a partir de su similitud con la forma en que los genes se autorreplican de manera biológica. El meme, entonces, cobra sentido en el entorno digital que va más allá del uso de las redes sociales. Su propagación es exponencial y se determina mediante el concepto de viralización, es decir, la capacidad de reproducirse de forma autónoma. Esto ocurre cuando las personas comparten una pieza de comunicación visual (el meme) con determinado contenido entre su círculo de conocidos, y éstos, a su vez, lo

volverán a compartir, así hasta volverse masivo. Y es esa masividad la que habilita la proliferación de un código común puesto en acción en una escala muy masiva, a veces, incluso, mundial.

Cabe aclarar que la tipología de imagen meme quizás no sea considerada una pieza de diseño tal cual se la puede denominar en el ámbito profesional y académico del diseño gráfico. Sin embargo, el concepto de “pieza de diseño” presenta límites bastante difusos en términos de quién encara su producción y cuál termina siendo su función. Hoy en día, determinar qué es una pieza diseñada y qué no lo es, sobre todo y específicamente en el campo de la comunicación visual, es una noción que está mutando y que ya no responde a consideraciones teóricas o estéticas adquiridas exclusivamente en un ámbito profesional y/o académico. O por lo menos no son tan obvias. Este abordaje plantea que una pieza diseñada en el ámbito de la comunicación visual es toda aquella que contempla un proyecto ulterior o aquella que aporta un valor gráfico en donde “el peso del juicio estético se trasladó del criterio estilístico hacia el potencial de significación de la pieza” (Devalle, 2009: p. 394). Es decir, que tiene una intención y un objetivo, que posee una diagramación en relación a guiar el sentido, más allá de que sea producida o no por un diseñador profesional. Si hay intención de generar sentido mediante la composición y combinación de elementos en un plano, esa pieza debe ser considerada una pieza de diseño en tanto que pone en evidencia un proyecto comunicacional. El universo simbólico que dispara la producción de memes es, hoy en día, infinitamente más rica que cualquier publicidad, afiche o pieza de comunicación en relación al estudio de producción social de sentido. Es por eso que este trabajo considera importante remarcar la importancia del rol social que ocupa y hace hincapié en esta tipología de pieza de comunicación visual. El meme encierra en sí mismo un fenómeno de circulación de sentido muy fuerte, probablemente más que cualquier otra pieza clásica de diseño.

Para ejemplificar este enunciado, entonces, se plantea analizar dos piezas de comunicación visual de la tipología meme. La primera imagen (Figura 1) fue producida en el momento posterior inmediato de ser anunciada la fórmula presidencial para las elecciones argentinas del año 2019 por los candidatos Mauricio Macri y Miguel Ángel Pichetto para el partido Juntos por el Cambio. En esta imagen se puede observar un campo dividido en cuatro partes. En el lado izquierdo vemos a un personaje con una campera naranja y un fondo amarillo con la cara intervenida con el rostro de Mauricio Macri. En la primera figura podemos ver un gesto de rechazo o enojo y en la segunda figura podemos ver un gesto de aprobación o aceptación. Del lado derecho vemos una inscripción que dice en primer lugar “70 años de peronismo” y en segundo lugar una inscripción que dice “Un peronista de 70 años”. La primera imagen, la de rechazo, se relaciona con la primera inscripción y la segunda imagen, la de aceptación, se relaciona con la segunda inscripción.

El personaje de campera naranja es Drake, un famoso rapero canadiense. Ambas imágenes están tomadas de un videoclip musical suyo llamado “*Hotline*”

Bling” del año 2015. En ese video, muy conocido (al día de hoy posee 1500 millones de vistas en la plataforma YouTube), Drake baila, canta y gesticula mucho. Dos de los gestos característicos de este video son las de la oposición aceptación/rechazo. Estos fotogramas fueron tomados para poder realizar un meme que fue altamente viralizado y en donde siempre se contraponen la aceptación y el rechazo en relación a una idea con leves diferencias, siempre anclando y reforzando el sentido con el uso del texto. En este caso, la cara de Drake es intervenida con el rostro de Mauricio Macri que refuerza la idea de quién está enunciando el discurso. Por un lado, demostrando rechazo hacia la ideología peronista con la frase “70 años de peronismo”, frase instalada por el macrismo junto con los medios hegemónicos durante los últimos dos años en nuestro país, y luego demostrando aceptación junto a la frase “un peronista de 70 años” en relación a la elección del político con trayectoria peronista Miguel Ángel Pichetto para conformar la fórmula presidencial.

Tanto la gramática de producción —o sea, las reglas de generación de este discurso— como la gramática de reconocimiento —o sea, las reglas que determinan la restricción de la recepción del discurso— se relacionan en tanto condiciones de producción de un discurso y se dan dentro de lo que Verón denomina circulación. Este discurso fue elaborado bajo condiciones determinadas, en un momento determinado y es ahí donde entra en juego su circulación en tanto que posee huellas que definen un sistema de referencias de las lecturas posibles. En este caso, encontramos huellas que definen que el formato es meme por la falta de autor o de firma, la simpleza visual que posee tanto en imágenes y tipografía que no presentan tratamiento gráfico alguno salvo la intervención/collage y, sobre todo, porque repite una misma estructura visual tanto en personajes y comportamientos (siempre se repiten ambas imágenes de la izquierda en donde está el personaje demostrando rechazo/aceptación) como en la composición en el campo y el espacio que ocupa el texto.

Para poder entender este discurso hay que tener una serie de competencias (en términos de Orecchioni) y resulta fundamental contemplar las dimensiones económicas, políticas y sociales donde se produjo. También resulta fundamental distinguir las entidades discursivas involucradas: ¿quién es el enunciador, quién el destinatario y cómo es la relación entre enunciador y destinatario que se propone en el discurso y a través del discurso? El caso del meme es particular porque se origina en internet y su exposición es, casi exclusivamente, a través de plataformas de redes sociales y WhatsApp. Es difícil contemplar un marco ideológico concreto como lo podría ser un medio de comunicación o un mensaje con firma. En cuanto a las dimensiones económicas y sociales, por esto mismo, podemos decir que cualquier persona que tenga acceso a internet puede también acceder a este mensaje. Pero lo cierto es que muy probablemente el sentido se produzca mayormente en un público joven, que consume rap o sabe quién es Drake, que en grupos de gente que solo puede entender la idea de aceptación/rechazo que proponen los

gestos. Bajo el análisis de la dimensión política, también podemos concluir que la pieza produce sentido en tanto el discurso sea recibido por alguien que entiende la coyuntura política previa a las elecciones en Argentina en el año 2019, que sabe cuáles son las opciones políticas para el escenario electoral y que, además, está al tanto de las frases o discursos que suelen utilizar los distintos líderes políticos. Incluso, desde la perspectiva temporal, esta pieza produce más sentido en el contexto previo a las elecciones, en plena contienda por resolver las fórmulas electorales y comprenda, además, las posturas históricas de sus protagonistas.

El enunciador es, entonces, alguien que no empatiza con la ideología propuesta por Juntos por el Cambio. El destinatario es aquel quien puede entender este sistema de sentido y además empatizar ideológicamente con una postura ideológica tendiente al peronismo. Este discurso se propone cuestionar y evidenciar las estrategias políticas del macrismo contraponiendo su lógica discursiva con el accionar frente a situaciones concretas como la resolución de una fórmula electoral para disputar la presidencia. Existe un contrato de lectura a través del juego de palabras expuesto y, por sobre todo, en la naturaleza propia de la pieza meme.

En la segunda imagen (Figura 2) podemos ver al personaje de historieta y dibujos animados llamado Spiderman señalando a otros personajes iguales a sí mismo. Esta imagen hace referencia al capítulo 19 de la serie animada "Spiderman" en Estados Unidos en el año 1967. El capítulo se titula "Doble identidad" y en ese episodio un villano intenta sorprender al héroe original generando confusión. Luego de que el sitio web Sharenator la compartiera y la volviera a traer a la actualidad durante la última década, esta imagen fue viralizada y utilizada para connotar confusión bajo la tipología de imagen meme.

A fines del mes de mayo de este año, cuando en Buenos Aires se planteaba otro período de extensión de la medida de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) por el contexto de salud crítico generado como consecuencia de la pandemia del COVID-19, comenzó a circular la imagen de la Figura 2. En la imagen se puede ver que abril, mayo o junio son representados por el mismo personaje que el mediodía, la noche o el domingo y se señalan entre sí remarcando la idea de que son iguales o, en definitiva, lo mismo. Esta imagen connota la confusión sobre cómo transita el tiempo gran parte de la población en este contexto determinado y cómo la extensión de la medida suma aún más confusión sobre cómo se seguirá percibiendo y viviendo el tiempo. La pieza no explicita una postura crítica hacia las medidas anunciadas. Sí refuerza el concepto de que todo el tiempo, ya sean momentos del día, días de la semana o meses, se percibe de manera similar a partir de la mezcla en las rutinas (que antes solían ser diarias) que plantea el encierro y la duración indefinida de esta situación. Es decir, si el tiempo se suele medir o diferenciar a partir de las distintas actividades que se podían hacer según el momento del día, el día de la semana o el mes, en este contexto todos los

periodos temporales desdibujan sus límites y el tiempo es percibido como una totalidad difícil de fragmentar, una serie repetitiva de rutinas que se dan siempre en el mismo contexto; el encierro. Este meme transmite con humor la incertidumbre y confusión con la es percibido el tiempo, sobre todo por cierto sector de la sociedad que ha trasladado la totalidad de sus rutinas puertas adentro durante la medida de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio. Dada la coyuntura, hace sentido, en principio, en la Ciudad de Buenos Aires y AMBA, pero también podría ser aplicado a cualquier otra ciudad en la que se estén dando las mismas condiciones.

Entonces, a través del meme las implicancias sobre cómo se atraviesa el tiempo en el contexto de la cuarentena se presenta de un modo satírico y cómico. La inmediatez de la creación y la rapidez de difusión de la pieza cumplen un rol determinante en la comunicación; la inmediatez permite la validación en tiempo real de lo que se difunde y, por lo tanto, su viralización. Nuevamente, este caso es un claro ejemplo de cómo el mensaje es un punto de pasaje que sostiene la circulación social de las significaciones y de cómo un discurso se convierte en un elemento fundamental para analizar una cultura y, así, entender una sociedad.

El enunciador es alguien (o un grupo de personas) que se ve afectado por el modo en que se transita el tiempo a partir de este contexto determinado. El destinatario es aquel que puede entender este sistema de sentido y además empatizar con esta sensación de pérdida de noción de tiempo debido a que la rutina tal como la conocíamos se ha desdibujado. Una vez más, se pone de manifiesto un contrato de lectura: este discurso se propone como herramienta para evidenciar un sentimiento social común instalado no sólo en nuestro territorio sino en distintas ciudades del mundo (sobre todo de la cultura occidental).

Algunas conclusiones

Podemos concluir que la pieza de comunicación visual de la tipología meme produce sentido en la era digital y que no solo es una herramienta de producción de sentido sino que también se constituye como una herramienta que posibilita un análisis social en tanto que genera comunidades productoras de sentido. Con el tiempo ha sustituido al afiche político y se ha diseminado en los medios tradicionales de expresión social, desdibujando las fronteras y multiplicando las posibilidades de expresión y generación de sentido gracias a las particularidades de reproducción que presentan las plataformas o medios digitales. El meme pone en acción la naturaleza social de la actividad del lenguaje visual y subraya la idea de que cualquier producción de sentido es social en tanto que todo proceso significativo se apoya en condiciones sociales de producción; y luego, que cualquier fenómeno social posee un proceso de

producción de sentido en tanto que todo funcionamiento social tiene un aspecto
significante constitutivo.

Figura 1



Autor desconocido. Procedencia: Internet.

Figura 2



Autor @memespatrios. Procedencia: Internet.

Bibliografía

- Benjamin, W. (2019). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Buenos Aires: Ediciones Godot.
- Benveniste, E. (1971). *Problemas de lingüística general*. México: Siglo XXI.
- Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Reino Unido: Oxford University Press.
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). *La enunciación de la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Edicial.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.