

Paper

Sociosemiótica de los “proto-memes”.

Antecedentes gráficos del meme contemporáneo

**Pinkus, Nicolás; Csúri, Piroska; Álamo, Alejandro; Parra,
Nicolás**

nicolaspinkus@gmail.com; piroska.csuri@gmail.com;
alamo.comunicacion.visual@gmail.com;
n.parra.dycv@gmail.com

Universidad Nacional de Lanús. Departamento de Humanidades y
Artes / Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual / Laboratorio
de Diseño (LaD) / Grupo Memes y Culturas Juveniles. Remedios de
Escalada, Provincia de Buenos Aires, Argentina

Línea temática 2. Categorías, clasificaciones y métodos

Palabras clave

Meme de internet, Proto-meme, Mediatización,
Cibercultura, Cargada futbolística

Resumen

Esta ponencia indaga sobre dinámicas discursivas
que podrían pensarse como antecedentes de los
memes digitales contemporáneos que proliferan en
las distintas plataformas de comunicación.

Por meme se comprende un dispositivo
comunicacional formado por códigos lingüísticos,
icónicos y/o audiovisuales que suelen tener una

intencionalidad discursiva humorística, paródica y/o activista. Según Escudero Chauvel:

“La naturaleza misma de la *memesidad* es la proliferación y el repique. El meme funciona en el doble plano del *contenido* (trasmite un mensaje) y de la *expresión* (una imagen o un breve audiovisual). En cuanto a *la forma* del *contenido* está sometido a reglas de interacción simbólica que se violan o acatan según el contexto. En cuanto a *la forma* de la *expresión* es un formato breve con reglas de producción de base. Es por esta estructura interna que se presta al metalenguaje del humor por excelencia” (Escudero Chauvel, 2020: 167).

Aunque el meme es un dispositivo discursivo nuevo, argumentaremos que sus funcionamientos, narrativas, interjuegos de lectos y codificaciones reelaboran estrategias comunicativas ya vigentes anteriormente en la cultura.

Sin pretensión causal, es posible reconocer configuraciones discursivas que generaron en soportes analógicos –con mucha anterioridad– situaciones discursivas donde la brevedad, la parodia, el humor y la retórica disruptiva en el ensamble texto/imagen producían efectos de sentido similares a los que hoy genera el meme digital.

Para avanzar en la contrastación empírica de nuestra tesis, trabajaremos sobre un corpus familiar para el público argentino: las campañas de afiches de “cargadas” futbolísticas que inundaban la vía pública ante la derrota de River Plate y/o Boca Juniors y que devaluaban la identidad del rival. Mostraremos que estos afiches, productos de un contexto socio-tecnológico radicalmente disímil del actual entorno digital, comparten su formato discursivo de alto impacto satírico, burlesco, constructo retórico y sus intencionalidades

discursivas con los memes digitales. Sostendremos que, a pesar del uso de los distintos dispositivos tecnológicos, se puede establecer una continuidad entre afiches impresos y memes de “cargadas” futbolísticas respecto a sus intenciones comunicativas y herramientas discursivas. Al constatar una instancia de convergencia entre afiches y memes, podremos entonces reconocer el afiche analógico urbano como “proto-meme”.

Nuestro corpus se apoyará –en parte– en un relevamiento de afiches de Boca hecho por Torri (2019), y será ampliado con otros afiches y memes digitales, con vistas a un análisis comparativo.

Objetivo de la ponencia¹

La presente ponencia analiza la producción de memes relativos a la cultura futbolística, especialmente, un género particular de los mismos: los memes de “cargada futbolística”. Se trata de piezas de circulación por redes sociales y plataformas de mensajería digitales, que descalifican al rival cuando es derrotado en un partido, o enaltecen al mismo destinatario, a quien se atribuye el triunfo y la superioridad. Para tal fin, y dada su relevancia sociocultural en Argentina, se trabajará con los memes que se producen a partir de los partidos de Boca Juniors y/o River Plate –principalmente en instancias definitivas de un campeonato relevante. Es fundamental para este trabajo no solo caracterizar estos memes de circulación digital, sino establecer su continuidad retórica, enunciativa, intertextual y Sociosemiótica con piezas que circulaban mucho antes de la emergencia de la World Wide Web y su reconfiguración de la comunicación pública y privada.

De hecho, las piezas de “cargada deportiva” entre las comunidades/identidades Boca y River existen desde hace décadas, y era habitual ver las calles de las principales ciudades argentinas colmadas de carteles impresos de esta temática (aún sucede de esa manera, aunque de forma más acotada temporo-espacialmente dada su circulación por internet). En síntesis, la hipótesis que se sostiene es que podríamos hablar de estos afiches como “proto-memes”, es decir, de un género (¿o dispositivo?) de piezas de existencia previa a la cibercultura que había modelado un dispositivo comunicativo histórico eficaz en el mundo analógico-urbano y cuyo constructo discursivo es reapropiado y reconfigurado para la constitución de piezas con herramientas y

¹ La presente exploración forma parte del trabajo de investigación del proyecto 80020210100002LA “Estrategias y taxonomía del meme como dispositivo discursivo de construcción/ reproducción de identidades y representaciones de jóvenes y culturas juveniles en plataformas y redes sociales digitales. Su rol en el debate democrático contemporáneo” de la Convocatoria Amílcar Herrera 2021 y radicado en el Laboratorio de Diseño (LaD) del Departamento de Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de Lanús.

lógicas de producción, circulación y consumo pertinentes de la presente cibercultura hipermedial. Para sustentar esta hipótesis, elaboraremos una mirada analítica sistemática de los aspectos sincrónicos de los memes digitales de “cargada”, así como una reflexión diacrónica para establecer la continuidad entre los memes de internet actuales y ciertos aspectos discursivos que ya vigentes en los carteles impresos analógicos (como “proto-memes”), revelando así una convergencia digital entre ambos dispositivos.

El “meme” y sus características específicas

El origen del término “meme” reside en la propuesta teórica neoevolucionista del biólogo y filósofo Richard Dawkins, quien lo acuñó en su libro *El gen egoísta* (1989). La intención del autor es explicar el mantenimiento, la mutación, nacimiento y desaparición de ideas, conceptos, rituales y acciones en el ámbito cultural, para lo cual establece una analogía con los principios rectores de la evolución biológica. Lo que Dawkins afirma es que la cultura –al igual que los genes– también “se replica” y “evoluciona”. Para establecer una unidad de análisis de tales dinámicas culturales, Dawkins acuña el término “meme”, cuya etimología de raíz griega refiere a *mem* (memoria) y a *mímesis* (imitación representacional). Este neologismo sostiene que –así como los genes son las unidades de transmisión de herencia biológica– los “memes” constituyen las unidades de información de herencia cultural. Como redefinición antropológica, entonces, la cultura se constituiría por la información acumulada en nuestra memoria individual y colectiva, que es interiorizada y ritualizada por imitación (mímesis propiamente dicha), por enseñanza o por asimilación. Concretamente, se entiende por un “meme” una configuración mental del mundo y/o una serie de instrucciones para la ejecución de un fin específico. De tal manera, los memes son definidos como unidades de transmisión cultural que se heredan de generación en generación y –tal como en la selección natural biológica– implica que algunos paquetes de instrucciones crezcan y otros se debiliten en el uso. La realidad percibida es una construcción basada en rituales instruccionales que permiten la emergencia de ciertas configuraciones materiales, vinculares y una economía de signos y mercancías específicas, con altas chances de propagarse hacia el futuro, en detrimento de otras.

La analogía con lo genético va más allá de lo hereditario y la replicación: también se registra en la exhaustiva abundancia de memes, tal como ocurre con los genes. Hay una vasta emergencia de memes en la cultura, que abarcan desde memes fundacionales (Dios, la Ciencia, la Nación) a memes contextuales específicos (instrucciones modeladoras sobre comportamiento en un transporte público, en un restaurante, etc.). En particular, para nuestro análisis, es interesante la observación de Santibáñez que:

los memes se transfieren mediante chistes; a través de melodías que evocan emociones; los eslóganes y las frases impactantes al ser

concisas pueden repetirse continuamente y pasar de cerebro en cerebro [...], los memes se reproducen a través de estilos de vestir, tendencias del lenguaje, normas culturales populares, diseños arquitectónicos, formas de arte, expresiones religiosas, modelos económicos, principios morales, etc. (Santibañez, 2002: 8)

Un aspecto nada trivial del meme es su indiferencia respecto del estatus de verdad de sus enunciados. En su obra de referencia, Susan Blackmore dedica un capítulo entero a ciertas configuraciones de memes –que define como “memplex”– como los relatos de supuestas abducciones extraterrestres o experiencias cercanas a la muerte, cuyo valor de verdad no puede ser establecido por criterios experimentales o evidencia científica y –sin embargo– tienen un alto nivel de replicación mediática. Agrega a esos casos, la innumerable expansión de mancias y sistemas de adivinación como el tarot, la astrología y la videncia parapsicológica (Blackmore, 2000: 254).

Estos memes tienen capacidad de progreso porque tienen toda la apariencia de explicar las experiencias del cliente amén de incluir todos los trucos certeros. También se alimentan del temor ante la incertidumbre y de la inseguridad del cliente ante la complejidad de su existencia. En general se acude a los videntes cuando se está en una situación tenue o en un momento de necesidad, lo cual hace especialmente vulnerable al cliente que tiende a creer con mayor diligencia en los poderes especiales y en las predicciones. La “ilusión de control” también favorece la transmisión de este tipo de meme. (Blackmore, 2000: 254)

Lo dicho previamente se articula con una dinámica humana de carencia, que urge ser resuelta: la incertidumbre, la recuperación de la autoestima y/o la confianza en el futuro. Es por esas motivaciones que el meme puede funcionar y replicarse como promesa de resolución, aunque no se demuestre su eficacia real. Sin duda, los memplex de esta índole más elaborados son las religiones, dada su gravitación económica, política, educativa y moral. Esas configuraciones de memplex se conforman de múltiples memes específicos que articulan desde información muy compleja como la creencia en una figura de trascendencia ulterior, a la noción de falta/falla/pecado y sus rituales de reparación, a múltiples reglas, formas de vínculo entre lo visible y lo invisible, etcétera. En particular, refiriéndose al catolicismo, se trata de un memplex que ha perfeccionado sus mecanismos de replicación a través de múltiples instituciones educativas, lo que genera un amplio marco para la imitación entre generaciones (Blackmore, 2000: 264). Para nuestra ponencia, es de particular relevancia un aspecto central de la dinámica cultural de los memes: que generan y/o refuerzan la pertenencia a una comunidad que las comparte.

Dado el corpus que analiza esta ponencia, surge la siguiente pregunta: Al ser el meme una dinámica cultural estructural de la vida social, ¿cuál es la

especificidad que adquiere el “meme de internet”? Blackmore reflexiona sobre las nuevas tecnologías y su capacidad de copia y propagación memética. En primer lugar, internet produce una vertiginosa aceleración de la circulación de memes, lo que produce una multiplicación exponencial de producción, circulación y consumo de los mismos. Esta lógica dromológica ya se había hecho presente con los sistemas de comunicación (escritura, prensa, teléfono, radio y televisión) y la masiva urbanización del mundo desde el siglo XIX. Pero la diferencia es que internet permite aumentar la velocidad de circulación sin casi mediaciones materiales ni variables temporo-espaciales, con creciente uso de herramientas que permiten difuminar la diferenciación entre productores y consumidores (y la aparición del “prosumidor”) (Blackmore, 2000: 297; cf. Toffler, 1979).

Meme y sociedad

Los memes entendidos como imaginarios sociales construyen, resignifican y desvían el sentido heredado históricamente, recreando lo que Castoriadis llama la “lógica heredada” (“identitario-conjuntista”) y el “imaginario social”, que son complementarios. La “lógica heredada” es la herencia histórica determinada de construcción socio-histórica que abarca el conjunto de instituciones, normas y símbolos que, pese a su carácter imaginado, operan en la realidad ofreciendo valores, la cosmovisión, el sentido del orden, el lenguaje, los códigos, las matemáticas, la herencia de valores socioculturales y, por otra parte, el imaginario social que se inscribe en lo inconsciente, en lo indeterminado, en la imaginación (Bañuelos Capistrán & Pérez Restovic, 2020). Un imaginario social es una o tanto oportunidades como restricciones para el accionar de los sujetos. Un imaginario no es una ficción ni una falsedad, conforma una realidad que tiene consecuencias prácticas para la vida cotidiana de las personas (Castoriadis, 2007: 248). Por lo tanto, una sociedad es atravesada por significaciones imaginarias intersubjetivas que conforman un horizonte de expectativas, lógicas de funcionamiento, causalidades y valoraciones. Lo que es válido a nivel social, también lo es para las grupalidades y las psiquis individuales. Aunque se trate de un constructo constituido-constituyente, no es experimentado como tal y la vivencia de los imaginarios sociales naturalizan tal modelación del estado de cosas como “el mundo objetivo”.

En la sociedad contemporánea, el rol de las redes sociales y plataformas es sustancial en la conformación de los imaginarios sociales por los que damos sentido a nuestras acciones, estados de ánimo y relaciones con los otros.

Memes de internet

La invención del término “meme de internet” data de mediados de los años 1990, y se la atribuye a Mike Godwin, abogado y autor versado en temas de tecnología de punta. Distintos autores reconocen antecedentes diversos del mismo (c.f. Miltner, 2014; Shifman, 2013). Puntualmente, Börzsei (2013) señala

como predecesor a los primeros emoticones, dispositivos gráficos (signos vagamente icónicos) ensamblados de caracteres de puntuación, que aportaban metacomentarios respecto al valor pragmático de los contenidos lingüístico-verbales transmitidos en un entorno digital exclusivamente textual. La función pragmática de los emoticones de señalar una postura emocional ante hechos relatados verbalmente, además de haber dado origen a los emojis, encuentra su continuidad en un rasgo característico de los memes de internet actuales, en particular en los llamados memes de “reacción”.

A medida que evolucionaban las capacidades gráficas de los dispositivos informáticos para manipular imágenes, los memes se tornaron visuales y multimodales, esto es, que incorporan imágenes (fijas o no) en conjunto con elementos de texto y/o sonido. En primera instancia, esto fue hecho posible gracias al desarrollo de programas como Photoshop (para editar imágenes), Microsoft Paint (para hacer dibujos, cuyos aspectos rudimentarios característicos dieron origen al estilo Rage Comics), y programas de realizar distintos tipos de “remix” (crear una nueva asociación entre un archivo de imagen o de video y texto/sonido). Para la actualidad, se cuenta con aplicaciones muy diversas que permiten producir con facilidad piezas multimodales, hacer “remix” sin necesidad de mucho conocimiento tecnológico: entre ellas (como las más difundidas) figuran los “generadores de memes” que ofrecen “plantillas” de memes que permiten emplazar textos propios sobre alguna imagen elegida desde un repertorio ofrecido por la aplicación (que se actualiza constantemente) o sobre una imagen subida por los usuarios. De hecho, por las características tecnológicas de estas aplicaciones, la mayoría de los memes digitales que circulan cotidianamente muestran una notable semejanza entre sí en cuanto a su “diseño” (p.ej., tipografía, emplazamiento del texto, imágenes de base, etc.).

El meme de internet como dispositivo

Al decir de Giorgio Agamben, el “dispositivo” como concepto se origina como tesis foucaultiana. En los textos del filósofo francés –afirma Agamben– un dispositivo es definido como una red que articula elementos lingüísticos y extralingüísticos que tienen por finalidad producir procesos de subjetivación, esto es, modelar un tipo particular de sujeto. El pensador italiano, a la vez, amplía el concepto foucaultiano y llama “dispositivo a cualquier cosa que tenga la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes” (Agamben, 2014: 18). Por lo tanto, el concepto agambeniano comprende:

no sólo las prisiones, los manicomios, el Panóptico, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas, las medidas jurídicas, etc., cuya conexión con el poder de algún modo es evidente, sino también la pluma, la escritura, la literatura, la filosofía, la agricultura, el cigarrillo, la

navegación, las computadoras, los teléfonos celulares y –por qué no– el lenguaje mismo que, quizás, es el más antiguo de los dispositivos.
(Agamben, 2014: 18)

Los memes de internet despliegan un proceso complejo y expansivo de producción de subjetividades, por lo tanto caben en la definición de dispositivo de Agamben. Basados en el razonamiento expuesto, la proliferación de memes de internet es comprendida aquí como un proceso complejo y expansivo de producción de subjetividades. Para tal fin, este dispositivo se nutre de dinámicas retóricas, enunciativas y discursivas muy diversas. Pero los memes no son complejos sólo por su estructura, sino que –en su funcionamiento– se vehiculizan procesos de montaje, remix, collage, desterritorialización y reterritorialización diversos, lo que genera diálogos imprevistos entre temporalidades, espacialidades y sujetos. En síntesis, los memes de internet constituyen un tipo de dispositivo que presionan por la emergencia social de un sujeto diferente al modelado históricamente por la política y la economía, un Sujeto transnarrativo e hipermedial más funcional al capitalismo de plataformas que se modela en la contemporaneidad.

El corpus: algunas consideraciones metodológicas

Debido a su misma dinámica de producción, circulación y consumo, los memes de internet aparecen en distintas plataformas y redes sociales. Son producidos según la lógica de la propagación y se replican incesantemente tanto a través de sistemas de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Signal, Messenger, etc.) como por redes sociales (Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, etc.).

El carácter anónimo y viral de los memes presenta varios problemas de índole metodológico para la conformación de un corpus de piezas a analizar. Dada la práctica generalizada de reposteo de memes, se vuelve prácticamente imposible trazar su origen, incluyendo la autoría, la fuente, la fecha de producción y el soporte original de cada pieza (afiche o pieza digital). A través de las distintas opciones de compartir disponibles en internet, los memes pueden cruzarse de plataforma a plataforma, lo que exacerba los problemas de identificabilidad y trazabilidad.

En cuanto a los afiches de cargadas, su estudio también acarrea problemas metodológicos, al consistir en piezas típicamente efímeras del ámbito de la cultura popular que versan sobre una temática que se dirige a una subcultura de destinatarios, y se desconoce si existe algún archivo que rescate sistemáticamente las piezas. Donde sí se precisa fecha original de la pieza es en el corpus constituido por fotografías de archivo de las campañas de “cargadas” de tipo gráfico y presencia urbana, ya que la cartelera de vía pública tenía una producción impresa y se pegaba en las calles de las principales ciudades argentinas durante los días posteriores al “clásico” u otro

partido importante de cierto campeonato. Aunque hoy también existen tales campañas impresas, en la actualidad son menos frecuentes y con un alcance mucho más limitado dada la posibilidad de facilidad de producción y circulación que ofrece el mundo digital y la internet.

Considerando estas dificultades metodológicas, para una primera aproximación a los memes de cargada futbolística, realizamos un “muestreo intencional cualitativo” de piezas que ejemplifican ciertas dinámicas, características y temáticas discursivas.

Por lo tanto, nos enfocamos en seleccionar entre piezas que han sido publicadas en páginas que revelan explícitamente su simpatía futbolística (por ejemplo, perfiles de Instagram como “memes_de_river_a_boca” / “memes a river”), pero que circulan sin identificación explícita de autoría. De Pinterest, se seleccionaron piezas provenientes de perfiles tales como “Hinchada de Boca”, “Boca Jrs” y análogos de River Plate, que no se identifican explícitamente como difusores de memes, ya que también publican fotografías de tipo más referencial o de archivo.

Respecto al marco temporal del análisis, seleccionamos producciones que circulan actualmente en las redes sociales. Dichas piezas pueden haber sido creadas recientemente o no, pero siguen disponibles en el ciberespacio.

El corpus de memes de internet se complementa con cargadas en soportes analógicos (afiches de la vía pública) cuyas imágenes están disponibles también en alguna red social o a través de artículos periodísticos. A la vez, nos apoyamos en el corpus de afiches de Boca elaborado por Torri (2019).

Los memes River versus Boca

La identidad como estrategia agonística

Entre los memes de cargada futbolística, se constata la circulación de piezas que –al disminuir o denigrar al Otro– construyen y/o refuerzan la identidad propia. En la Figura 1 encontramos una pieza de carácter lingüístico (salvo el escudo del equipo), en la cual el Enunciador boquense se atribuye rasgos históricos que le darían preeminencia sobre River. De tal forma, la superioridad sobre el rival adquiere el estatus de una permanencia identitaria, “y no de un resultado”. Esta enunciación es, también, una declaración de pertenencia antropológica, en el sentido de un yo que se califica ser/estar como boquense: el verbo conjugado en primera persona se repite con insistencia; un ser estar que –en este caso, ante una derrota– no desaparece y acompaña a su comunidad identitaria. Y se queda “acá”, deixis que se desprende del plano referencial y espacial y se torna una metáfora de resistencia ante la adversidad (en el caso, haber perdido un partido ante River). El sentido originalmente

denigrante del término “bostero” se invierte, convirtiéndolo en un atributo positivo que participa del orgullo de pertenecer a esa identidad.

En *La patria futbolística*, Pablo Alabarces (1999) habla del fútbol como un eje operador de identidades locales y paraestatales relevante en Argentina. Y dada la suspensión de las dinámicas de la sociedad civil por las sucesivas represiones dictatoriales, incluso ha articulado el eje de la pertenencia a un todo común, lo nacional. Como operador identitario, genera narrativas que integran dinámicas complejas como el ascenso social, el mérito, ciertos valores, relación entre centros urbanos y el resto del país, etcétera. No es menor su rol como dispositivo de gestión de las tensiones simbólicas, materiales y culturales que presionan sobre las identidades, estresadas tanto por cuestiones internas como por la globalización.

Figura 1: Identidad



Fuentes: Instagram: Sí, soy Bostero; Twitter #MásBosteroQueNunca.

En la pieza analizada, la identidad y pertenencia se connotan positivamente, con independencia de cuestiones coyunturales: es fuente de alegría. ¿El rival? En principio, parece constituirse como un otro devaluado, de menor mérito que Boca, al que se lo menciona como “Bos”, un neologismo lingüístico –en vez un error ortográfico– que connota el descenso de River a la categoría B del campeonato en junio de 2011 –una fecha negra para el equipo de Nuñez, que se ha convertido en fuente permanente de cargadas hacia River Plate–. Dada la falta de información explicitada, tal “desaparición” genera una

percepción basada en sobreentendidos, sólo accesibles para quienes esté familiarizados con información histórica futbolística y conozcan los códigos implicados.

La segunda pieza de la Figura 1 retoma desde otro ángulo la temática identitaria al presentar una analogía familiar clara, que es sólo uno de los aspectos relevantes para nuestro análisis. Primero, la cuestión cromática: azul y amarillo como contexto lingüístico del enunciado delimitan quién enuncia. Luego, la frase 1: “Boca siempre va a ser Boca” marca un destino, un devenir no modificable por las circunstancias (lo cual es una mirada particular de los vínculos, donde lo biológico es determinante). La frase 2 introduce la analogía familiar: “Y siempre va a ser tu papá, no importan las circunstancias”, donde se refuerza –“siempre”– la atemporalidad de una esencia identitaria que no es modificable por resultados, goles, triunfos o derrotas. ¿Hay justificación de tal afirmación? No, es una argumentación del tipo entimemática, donde –bajo la apariencia de un razonamiento completo– se articula un eslogan, un lema (Aristóteles). Y esta analogía padre/hijo de hecho constituye uno de los tropos más recurrentes en las cargadas entre los dos equipos.

La autoridad sobre el Otro por la vía del paternalismo

En las cargadas, una estrategia central de connotación sobre el rival es la de refundar el vínculo entre iguales como asimétrico, pero camuflado irónicamente como un lazo afectivo: una dominación suave pero firme, necesaria incluso, paternalista. Aquí la analogía productora de sentido es la del padre-hijo, que se operacionaliza como estrategia en las cargadas de ambos equipos hacia el otro. Nótese que la figura femenina –madre– no se evoca: el fútbol es un universo que se autorepresenta en las cargadas como un ámbito exclusivamente masculino, algo que se verifica en todas las piezas aquí analizadas, y que frecuentemente tiñe de un aura machista toda enunciación.

En los ejemplos seleccionados en Figura 2, se puede confirmar una relación desigual: Boca/padre o River/padre corporizan la experiencia, son fuente de autoridad simbólica, proveedora de afecto, contención y enseñanza, así como de espacio de protección y fuerza. Aquí no se agrade manifiestamente al rival como en otras piezas de campaña de cargada; por el contrario, aquí la relación Boca-River se representa como una de cuidado, y es sólo en forma de segundo nivel de significación que se comprende el mensaje puramente irónico.

La primera pieza en la Figura 2 recrea una escena vincular afectiva entre padre e hijo, los dos caminando juntos tomados de la mano: sobre un fondo de colores boquenses, se entabla una conversación de un padre xeneize con su hijo millonario sobre reconocer y alentar los logros (presentados como modesto) del niño. Los tamaños relativos de las figuras encuentran su correlato en la afirmación lingüística por el padre de proyectar un posible éxito futuro para su hijo al volverse “grande” como él. De la representación figurativa

primaria de intimidad, afectividad y aliento, claramente se desprende un segundo plano de significación irónica, al poner en duda explícitamente el padre ("quizá") que el hijo en algún momento efectivamente pueda alcanzar los logros de su progenitor.

Figura 2: Paternalismo



Fuente: Twitter/Instagram (memes a river)/Facebook (Las gallinas son así las más amargas de la Argentina)

En la segunda pieza de la Figura 2, el paternalismo se construye con iconografía de connotación infantil: una caricatura. En la imagen, se ve a "un hijo de River" corriendo a refugiarse en los brazos de "su padre boquense", porque la aparición de una copa de campeonato es vivenciada con miedo, ante el desconocimiento que tal objeto le produciría al niño "millonario".

A la vez, el funcionamiento de la tercera pieza en la Figura 2, una gallina en un cochecito de bebé, encarna un caso conclusivo de transtextualidad, ya que reproduce aspectos morfológicos, lingüísticos e icónicos de un género popular de viñetas y posters gráficos que circulan en Argentina como estampas desde hace tiempo. En tal apropiación/reformulación de dicho género se imprime una letra irónica que convierte una canción de cuna en una cargada. Otra vez se verifica que la dinámica del dispositivo de este meme no se caracteriza por la agresividad, sino que utiliza un discurso aparentemente cálido que funda la ironía (Genette 1989).

La estrategia de feminización del Otro

Una estrategia alternativa recurrente utilizada en las cargadas futbolísticas consiste en feminizar al rival para descalificarlo, desautorizarlo. Consiste en echar mano de figuras y elementos narrativos propios de un imaginario social heteronormativo fundamentalmente machista para justificar una supuesta superioridad y dominación e imponer autoridad sobre el rival a través de su feminización. De esa construcción del oponente feminizado surge como implicancia su debilidad, falta de desempeño y frivolidad ante la virilidad y potencia de Uno.

Las piezas en Figura 3 dan cuenta de esa atribución feminizante a través del sinécdoque como figura retórica constituyente: desde partes del cuerpo como los pies identificados por los colores de los dos equipos, las piernas enfundadas en medias rojas, así como desde las prendas como el botín con taco alto y la lencería (la tanga) se evoca al rival como una figura sexualizada femenina o afeminada. En las cargadas por Boca se capitaliza específicamente sobre el color rojo del equipo millonario como estereotipo de la prostitución (o por lo menos de fuerte erotismo), como aparece en las medias y tacos altos.

Figura 3: Feminización del rival



Facebook (C.A.R.P El mejor del mundo)

La primera pieza es explícita (tanto visual como lingüísticamente) respecto a la relación que se asume entre lo masculino y femenino: a través del connotador posicional (arriba/abajo) como eje analógico entre las posturas activo/receptivo y estar abajo/arriba en la tabla de posiciones de un campeonato, se construye una metáfora vincular de dominación por sobre el rival al cual –a pesar de su evidente poder seductivo– se lo relega en una posición de inferioridad sobreentendida. No obstante, se debe señalar que, tanto en esta metáfora como en la de padre/hijo, queda en clara evidencia una binaridad e interdependencia esencial entre el Uno y el Otro, la cual surge como condición necesaria para la construcción de la propia identidad a partir de la oposición con el rival.

La estrategia de construir el rival como homosexual

De la estrategia de feminización del rival (como débil e inferior) surge una variante particular muy difundida en el ámbito futbolístico argentino: cuando esa construcción feminizante se proyecta sobre el rival como figura masculina y da origen a la “homosexualización” de los jugadores e hinchas del equipo contrincante. Sin duda una estrategia que se basa en una burda y discriminatoria estereotipización de “lo homosexual”, su insistente recurrencia en las cargadas en formatos diversos lo coloca como una herramienta de construcción de identidad ineludible para un análisis discursivo.

Figura 4: Homosexualización del rival



Fuente: Pinterest/Facebook/Instagram (memes_de_river_a_bocaa)

Como primer ejemplo, tomemos la segunda y tercera piezas de la Figura 4 –una ida y vuelta de cargada general entre los dos equipos– que, sobre fondos neutrales, presentan una serie de enunciaciones idénticas asociadas a distintas nacionalidades a través de sus banderas. Estas piezas, tal como en la Figura 1, operacionalizan una lógica entimemática que, en este caso, se presenta en un formato de paralelismos como premisas, e invita a una conclusión implícita de sinonimia entre los primeros enunciados y el último; esto es, entre identificarse como gay y reconocerse como hincha del equipo mencionado. Esa conclusión no deriva en un sentido estricto de las enunciaciones mismas, sino surge como la reconfirmación de presupuestos y prejuicios sobre lo “afeminado” y lo “gay” (aún en su sentido fuertemente y discriminatoriamente estereotipado). Para comprender el significado de la pieza, es condición necesaria tener conocimiento de estos sobreentendidos, y sólo así se produce un efecto humorístico en la clave titilante de lo “políticamente incorrecto”.

La primera pieza de la Figura 4 representa un caso, donde confluyen dos de las estrategias de representación acá analizadas: la estrategia paternalista y la homosexualización del rival. En un formato de fotonovela breve, se presenta un meme sobre la confesión por parte de un niño visiblemente acongojado de blanquear su identidad gay ante la mirada atenta de su padre. Revelado el dato, el padre reconforta a su hijo, lo asegura de su aceptación, y –abriéndole el pecho– le confiesa a su prole su falta de sorpresa ante tal declaración: para él, este hecho ya era evidente desde antes, deducible del hecho que su hijo se haya hecho hincha del club xeneize. En esta pieza se rescata el sentido secundario irónico del trato afectuoso hacía los hinchas de Boca representados como hijos, a la vez que este se proyecta sobre la matriz cognitiva de preconceitos populares estereotipados acerca de la condición de identificarse como hombre homosexual y las escenificaciones populares de la instancia de “coming out” ante los familiares.

Sin embargo, a diferencia de las piezas analizadas hasta ahora, muchas piezas de cargadas que utilizan una estrategia “homosexualizante” del rival sí adquieren una significación agresiva. Como ejemplo, veamos la última pieza de la Figura 4, donde la violencia sexual se traduce en una imagen construida desde la figura retórica de la prosopopeya. Como en una fábula, aquí los animales antropomorfizados “gallo” y “cerdo” (figuras animales popularmente asociadas con los equipos contrincantes en cuestión) se encuentran en posición de coito. Lejos de la aceptación afectiva de la homosexualidad, esta escena está construida desde la violencia sexual, es decir, de algo no experimentado desde un placer consentido y compartido por las dos partes, sino desde la postura del sometimiento que un agente investido de poder ejerce sobre otro que lo carece. En este caso, la sexualidad está organizada desde una posición falo-dominante agonística y violenta que, aunque se funda en una analogía culturalmente muy problemática, sigue muy activa desde el machismo: el sexo como control, sometimiento y, principalmente, definido como forzar al otro, que en muchos ejemplos –dado el ámbito futbolístico masculino–

se fusiona con una asociación de lugares comunes acerca de la homosexualidad. Sin embargo, resulta importante señalar que el acto sexual configurado como sometimiento simbólico del otro, en su función metafórica de una superioridad deportiva, acarrea implicancias asimétricas para las dos partes: por un lado, sirve para revalidar la virilidad, masculinidad y superioridad del agresor, a la vez que escenifica y confirma la debilidad, sumisión y reconocimiento de la derrota de la otra parte.

Afiches y memes en la cultura futbolística argentina

Argentina cuenta con una larga tradición de campañas de afiches impresos que encarnan acalorados debates políticos y luchas identitarias en el espacio físico de la vía pública. Aunque hoy esa tradición se mantiene viva, se observa una merma de su presencia, tanto en su frecuencia como en alcance. Con seguridad, este hecho se puede atribuir a la expansión de las redes sociales, que proveen un espacio público virtual para llevar adelante estos mismos debates sin necesidad de contar con recursos para efectuar una presencia en la vía pública a través de producciones impresas. Mientras tanto, los avances tecnológicos de interfaces informáticas facilitan la producción y difusión de dispositivos gráficos como los memes de internet en un entorno cada vez más amplio, y así convierten al antiguo público de consumidores de afiches en prosumidores (Toffler, 1979). De esta manera, se ha configurado una cultura fundamentalmente participativa “en la cual se invita a los fans y a otros consumidores a participar activamente en la creación y difusión de nuevos contenidos” (Jenkins, 2008, p. 273). En este nuevo escenario, los actores cuentan con condiciones tecnológicas crecientemente amenas y oportunidades cada vez más amplias para sumarse a los debates desde una postura participativa, aun cuando para la mayoría esa participación sólo se limite a repostear memes ya circulantes en vez de producirlos o intervenirlos.

En el entorno digital actual, se pueden observar varias dinámicas relevantes para nuestro análisis. Por un lado, muchas de las piezas producidas originalmente como afiches analógicos por asociaciones de hinchas o clubes para la vía pública se han convertido en “afiches 2.0” en cuanto que se han digitalizado y, para hoy, ya participan plenamente de la dinámica de una circulación propia de las redes sociales y plataformas de mensajería. De hecho, algunos de los ejemplos de los afiches acá tratados han asumido esa nueva forma de circulación. Esto, a la vez, facilita la reactualización de sus significados y el resurgimiento (por ejemplo en aniversarios de victorias propias o derrotas ajenas), y se necesita un trabajo de tipo arqueológico para determinar si en última instancia el origen de una pieza es analógico o digital. Por otro lado, los afiches que se producen en la actualidad ya directamente arrancan con una circulación en ambas vías: una circulación por el ciberespacio, y una campaña en la vía pública (aunque de dimensiones espacio-temporales muy disminuidas).

Sin embargo, independientemente de sus fechas de producción y de su soporte, las discursividades, las figuras retóricas y las estrategias de representación aplicadas presentan una clara continuidad entre los afiches impresos de las calles y los memes, los “afiches digitales”. En la Figura 5, vemos 3 ejemplos de afiches analógicos de los años 2000 de Boca (Torri 2019), que se basan en las mismas herramientas discursivas (tanto lingüísticamente como visualmente) y la misma metáfora de la relación padre/hijo entre los dos rivales que hemos analizado para producciones más actuales. De esta metáfora se servían y siguen sirviéndose las hinchadas de ambos clubes, trátase de un formato analógico o digital. No obstante, reconocer las continuidades no significa desconocer las disimilitudes entre los dispositivos analógicos y digitales, tanto en sus dinámicas de producción y circulación como en sus estrategias discursivas, como por ejemplo la introducción de una estructura narrativa tipo fotonovela constatada en la primera pieza de la Figura 4.

Figura 5: Afiches



Fuente: Torri (2019)

Conclusión: Convergencia y “proto-memes”

Entre distintos ejemplos de convergencia entendida como “un proceso o una serie de intersecciones entre diferentes sistemas mediáticos”, Jenkins (2008) trata “el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas, la cooperación

entre múltiples plataformas mediáticas, [...] y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, que irían a casi cualquier parte en busca del tipo de experiencias de entretenimiento que desean.” Dadas las dinámicas de representación descritas, las similitudes entre producciones de afiches analógicos digitales, es posible conceptualizar la circulación de afiches y memes como un ejemplo de convergencia. Particularmente relevante para nuestro caso resulta el concepto de la convergencia mediática, término que Jenkins define como “una situación en la que coexisten múltiples sistemas mediáticos y en la que los contenidos mediáticos discurren con fluidez a través de ellos.” (*idem*: 273), En el caso de las cargadas futbolísticas, se observa claramente la convergencia en la circulación memes de internet de origen digital con la de afiches, frecuentemente incluso sin señalamiento alguno de su origen analógico. De esta manera, la circulación de memes de internet encarna una convergencia popular, por el cual “[e]l flujo informal y a veces no autorizado de contenidos mediáticos cuando a los consumidores les resulta fácil archivar, comentar, apropiarse de y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos ” (*ibid.*).

Al constatar una continuidad entre afiches impresos y memes de “cargadas” futbolísticas respecto a sus intenciones comunicativas y herramientas discursivo-retóricas que constituye una instancia de convergencia entre afiches y memes, proponemos entonces reconocer y reconocer el afiche analógico urbano como “proto-meme”, un antecedente analógico de los memes de internet digitales actuales.

Bibliografía

Agamben, G. (2014). *Qué es un dispositivo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

Alabarces, P. (1999). *La patria futbolística. Fútbol y narrativas nacionales en la Argentina*. Tesis de maestría en Sociología de la cultura y análisis cultural. Instituto de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires.

Bañuelos Capistrán, J., & Pérez Restovic, B. (2020). Memes e imaginarios sociales mexicanos en Copa del Mundial de la FIFA 2018. *Mhjournal*, 11(1): 97–115.

Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Buenos Aires: Paidós.

Börzsei, L. (2013). Makes a meme instead. A concise history of internet memes. Ms.

Castoriadis, C. (2007). *La institución imaginaria de la sociedad*. Buenos Aires: Tusquets Editores.

Dawkins, R. (1989). *El gen egoísta*. Madrid: Salvat.

Dennett, D.C. (1991). *La conciencia explicada*. Buenos Aires: Paidós.

Escudero Chauvel, L. (2020). Antropología cultural del meme Covid19: Estrategias de comunicación entre epidemia y pandemia. *Textos y Contextos desde el sur, Número especial, Diciembre*: 157–177.

Genette, G. (1989). *Palimpsestos*. Madrid: Taurus.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Miltner, K.M. (2018). Internet memes. En: J. Burgess, Alice E. Marwick, A.E., & Poell, T. (eds.), (2018). *The Sage Handbook of Social Media* (pp. 412–428). London: Sage Publications.

Santibañez, C.Y. (2001). Teoría social y memes. *A Parte Rei. Revista de Filosofía*, 18(noviembre): 1–9.

Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3): 362–377.

Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janés

Torri, J.M. (2019). *Los afiches de Boca. Expresiones mediáticas de pertenencia y rivalidad*. Tesis de licenciatura. Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario.