Memes y patrimonio popular en internet: notas de presente y futuro

Los memes digitales son dispositivos culturales que circulan en internet. Pueden ser entendidos como unidades o como conjunto de elementos que construye procesos más complejos de interacción y comunicación. En este texto se exponen sus principales particularidades, así como notas sobre su estado actual y prospectivo.

ILUSTRACIÓN: generada por IA, a partir de un fotograma de la película *Willy Wonka & the Chocolate Factory (1971)*. "Condescending Willy Wonka" ha sido uno de los memes más populares desde 2011.

En nuestro imaginario existe una idea más o menos clara de lo que es un meme. Lo asociamos al tipo de imágenes estáticas que, acompañadas por texto, circulan por foros y redes sociales con una intención humorística. Fue en esa forma cuando se popularizó el término, coincidiendo con el clímax de la vida online 2.0: pasamos de una interacción unidireccional con los entornos digitales a una expansión de las posibilidades comunicativas en internet. Esta es su era de asentamiento, que fundamenta las bases narrativas y comunicativas de las que vendrán.

Memes: objetos y procesos culturales

En su sentido originario, el meme es una unidad o conjunto de elementos culturales que da lugar a los comportamientos, gestos y costumbres. Es decir, puede ser un objeto independiente, pero también una suma que construya, de forma orgánica, interacciones socioculturales. Por ejemplo, un sticker o clip divertido de mascotas sería un meme-objeto, pero que exista todo un afán colectivo por reproducir y compartir diariamente este tipo de contenidos sería un meme-procesual.

El meme de Julio Iglesias señalando a cámara, acompañado del texto "Y lo sabes", es un meme-objeto, mientras que el envío masivo por WhatsApp de imágenes alteradas de Julio Iglesias describiendo que llega el mes de julio sería un meme-procesual. El emoticono con pulgar hacia arriba, indicando "ok", "me gusta" o "de acuerdo", es un meme-objeto que forma parte de una interacción, pero su significado es un meme-procesual, pues ese sentido es aceptado por generaciones *boomers* y *millennials*, pero generaciones Z y alpha emplean otros iconos para expresar lo mismo.

En su devenir digital, el meme ha ido adaptándose a todos los espacios disponibles, aumentando su sentido del humor hasta el absurdo y sus nociones básicas hacia artefactos más complejos, donde la ironía queda en un segundo plano y predomina lo autorreferencial y local. Desplazando, así, su intención original de socializar experiencias universales para, ahora, interpelar a comunidades más pequeñas que articulan sus propias jergas desde lo *memético viral*.

Por ello, entendido como unidad o como engranaje de sentidos, el meme digital funciona como dispositivo clave de la comunicación digital, y es fundamental también para comprender el mundo actual que habitamos: un mundo-imagen, hipervisual e hiperconectado. Se cuela y configura las relaciones sociales, tecnológicas, culturales, icónicas y subjetivas que se activan en los espacios online de conexión continua.

Memes y folclore digital

En este punto, se pueden destacar algunas características principales de los memes contemporáneos. Los memes de internet son dispositivos culturales creativos y comunicativos, dinámicos y maleables, que interpretan la realidad y, al mismo tiempo, se versionan entre ellos. Su esencia, pues, se localiza en un movimiento constante, impregnando con su dinamismo cada proceso online. Si se detiene o se rechaza por parte de la comunidad, ese meme dejará de funcionar.

Son, además, artefactos intangibles, inmediatos y efímeros, pues solo "suceden" mientras se están reproduciendo. Se propagan por un mecanismo similar al boca a boca, y cuando ya están instalados en las prácticas comunicativas, se convierten en un recurso fluido y natural para la cotidianidad. Con ello, son capaces de determinar los modelos para la conversación, no solo digital, sino también de las interacciones *offline*. De esta manera, van combinando actos digitales, físicos, analógicos, tecnológicos, culturales y políticos en las rutinas de las comunidades.

Por ello, estos memes son parte de un patrimonio digital que ha ido creciendo según han avanzado las posibilidades tecnológicas, técnicas y artísticas entre personas y dispositivos. Existe, de este modo, un folclore digital que representa el conjunto de nuevas tradiciones, actitudes y códigos culturales que se desarrollan a través de las vidas conectadas en red.

Junto con lo anterior, el meme digital se caracteriza por su plasticidad y flexibilidad a la hora de cambiar: para adaptarse, un meme debe permitir ser recontextualizado, expandido, reinterpretado. Todo esto multiplica sus opciones para ser reconvertido en otros formatos por los usuarios, de manera orgánica y colaborativa, conscientemente o no.

Sobre todo cuando es un acto intencionado, se ponen en juego diferentes capacidades creativas que tienen que ver con las narrativas digitales, los procesos mediáticos y las interacciones lúdicas. Expresiones visuales como el *collage*, el pastiche o el fotomontaje (y ahora, las imágenes generadas con IA) son fórmulas que se basan en la creatividad distribuida y el *remix*. La creatividad distribuida se refiere a la creación colectiva o colaborativa, la cocreación, pero también a la creación desde la acumulación o fragmentación por la intervención de distintos usuarios. Es decir, modificar elementos de un meme al añadir, quitar o desplazar alguno de sus componentes para incorporar capas de significado o nuevas lecturas. Estas reconfiguraciones fomentan habilidades para la transformación y la reconstrucción de sentidos: implica experimentar con el *remix* de las imágenes y otras formas de expresión de los nuevos medios.

Estas prácticas de remix y versionado en red se articulan desde diferentes opciones de autoría, que se alejan de la tradicional concepción y uso de la propiedad intelectual y el reconocimiento. Lo genuino y único no existe en internet tal como lo entendíamos en épocas anteriores: ahora, el bagaje previo de un material no es solo intelectual, sino que sigue existiendo visualmente o, por lo menos, en su huella digital. La mayoría de materiales son, pues, de autoría compartida o fluida, en la que acciones como el reciclaje de elementos (copiando, pegando, ensamblando, replicando) son ya habilidades asimiladas por la sociedad actual.

El acceso y disponibilidad de herramientas creativas prometía un escenario de mayor democratización en el internet global, aunque es cierto que se ha demostrado una cultura condicionada en nuestros días. Sin embargo, sí existe cierta fusión entre alta y baja cultura cuando pueden convivir en situaciones de igualdad.

Así, las instituciones y circuitos oficiales de la cultura comparten espacios mediáticos con prácticas de arte electrónico (netart), fenómenos como los NFTs, expresiones de activismo digital, cultura visual *trash* (imágenes pobres, deterioradas o molestas según los cánones comunes) y aplicaciones de creación audiovisual (apps de plantillas o filtros de imagen preconfigurados, de IA o de diseño gráfico, por ejemplo).

Conflictos de hoy, propuestas de futuro

En primer lugar, cabe señalar la consolidación del meme digital hoy desde el audiovisual. De esta manera, va abandonando sus formas clásicas estáticas para manifestarse en distintos formatos de vídeo, gracias al auge y predominio de plataformas como YouTube, TikTok y sitios de streaming. Y, por ser materiales más complejos, el meme contemporáneo tiende a ser un meme-procesual, siempre a favor de la máxima viralización, abandonando también poco a poco la conexión emocional con los memes-objeto. Es por ello que hay una brecha entre generaciones al visualizar, interpretar y socializar estos materiales (puede verse en vídeos de creadores más jóvenes cuando revisan y señalan que los "memes antiguos" dan *cringe*, vergüenza ajena).

En épocas previas, el sentido de una red hiperconectada como internet se entendía desde la democratización y colaboración social. Sin embargo, algunas de las tendencias y contenidos del presente nos alertan que esto ha cambiado: la posibilidad (y el deseo) de monetizar cualquier contenido online prioriza escenarios individualistas y de jerarquización, también en las redes sociales de comunicación. Pretender convertir todo en un producto rentable o publicitario deviene en que los memes estén al servicio del algoritmo. De esta manera, fórmulas que antes se entendían como populares han sido manipuladas por las corporaciones y la tecno-élite: lo vemos en hilos de comentarios llenos de *bots*, en la repetición de anuncios en bucle, en el embarramiento de la experiencia del usuario en redes o en el uso de bulos e imágenes IA con fines de espectacularización ideológica. Por ello, los componentes del patrimonio digital se van convirtiendo en objetos y procesos más homogéneos y previsibles.

En contraposición, tanto los memes como otros recursos para la comunicación digital nos pueden servir en la ideación y construcción de nuevas tendencias comunitarias *online*. Como tareas para ello, debemos experimentar modos de acompañamiento y cuestionamiento de las imágenes autogeneradas, de nuestra dependencia de ciertos espacios corporativos y de los usos de nuestros datos. Un ejemplo de este tipo sería el Fediverso, que se propone como un conjunto de redes sociales descentralizadas e interconectadas, externas a la dirección de las grandes empresas tecnológicas actuales. Este tipo de iniciativas se presentan como espacios de reconquista para volver a conectar con valores populares en un internet para todas las personas.

Davison, P. "*The language of Internet Memes*". En: Mandiberg, M. (Ed.). *The Social Media Reader*. Nueva York: NY University Press, 2012. Disponible en: https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.18574/nyu/9780814763025.003.0013/html

Dawkins, R. (1990): *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. 4ta. edición. Barcelona, Salvat.

Fontcuberta, J. (2016): *La furia de las imágenes. Notas sobre postfotografía*. Barcelona, Galaxia Gutenberg.

Martín-Prada, J. (2018): *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*. Madrid, Akal.

Mitchell, W. J. T. (2017): *¿Qué quieren las imágenes?* Vitoria-Gasteiz, Sans Soleil Ediciones.

Pajares, A. L. (Coord.) (2023): *Memeceno. La era del meme en internet*. Valencia, La Caja Books.

Proyecto UNA (2025): *La viralidad del mal. Quién ha roto internet, a quién beneficia y cómo vamos a arreglarlo*. Barcelona, Descontrol.

Rey, N. y Hernández, R. "Estudio de la imagen digital, los memes de Internet y sus vínculos con las prácticas socioculturales y artísticas" en Teknokultura: Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales

(2025, 22(1), pp: 97-107).

Rincón, O. “*Narrativas del entretenimiento expandido*” en Chasqui (2019, 141, pp: 149-160).

Rowan, J. (2015): *Memes: Inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Madrid, Capitán Swing.