



Imagen de Frank Oconnor.
Halo, novela gráfica, año 2024.

Nota. Estimados lectores, el texto que a continuación reproducimos apareció en la revista *¿Cómo ves?* en el número 298, correspondiente al mes de septiembre de 2023. El artículo fue escrito por Sergio de Régules. Lleva por título:

Memes Ideas que se contagian

*Esta es la segunda y última parte. El asunto que trata es interesante por varias razones. Una de ellas es que los memes forman una de las rutas por las que viajan las ideas. Por favor relajen un poco sus defensas, o prejuicios, y déjense llevar por la descripción de la siguiente escena: Un día cualquiera se nos presenta una idea. La obtenemos a través de una de esas miles de vías posibles que utilizan las ideas para viajar. O, tal vez, con suerte, es una idea propia. Y, si la idea es atractiva, de inmediato nos asalta el deseo de compartirla. Ahí, en ese momento, está a punto de nacer un meme. Bajo esta óptica, un meme es una imagen, una frase, un gesto breve, sencillo, que describe la idea y le da al que la recibe la posibilidad de compartirla con más personas. Si aceptamos esta versión, entonces todos, en algún momento, hemos aportado un meme al mundo. En fin, lo de Sergio es introducir algunas sugerencias hacia el estudio de este fascinante fenómeno. Sergio de Régules estudió la carrera de física en nuestra Facultad, es un reconocido divulgador de la ciencia, y es el coordinador científico de la revista *¿Cómo ves?* La versión completa del artículo se puede consultar en la página:*

<https://www.comoves.unam.mx/>

Memes Ideas que se contagian Segunda parte

Sergio de Régules

Muchos memes están hechos con imágenes mal recortadas a propósito y con ortografía no estándar. Según McCulloch, este aspecto desaliñado e incompleto de los memes facilita que otros los intervengan: la informalidad baja barreras. Pero antes de que los memes se adueñaran de internet había que derribar barreras de otro tipo: las de las habilidades técnicas que eran necesarias para producir memes en los primeros tiempos.

Los memes en el sentido actual datan de la década de 2000, y quizá la primera oleada de memes virales hayan sido los “lolcats”, imágenes de gatos chistosos acompañados por textos con una ortografía idiosincrática que imita el habla infantil, con el efecto de provocar ternura o servir como contrapunto irónico al mensaje del meme, a partir de 2005.

Elaborarlos no era fácil: había que saber usar programas de edición de imagen como Photoshop. Todo se hacía, digamos, a mano. Luego empezaron a aparecer páginas web y programas que ofrecían plantillas que facilitaban la creación y alteración de memes. Podemos decir que “democratizaron” los memes: ya no había que ser experto en edición de imágenes para participar en la última moda de la cultura digital. Como señala McCulloch en su libro, esto no tenía nada contentos a los memificadores originales: cuando “cualquiera” puede hacer un meme, tu habilidad deja de ser especial. Los “lolcats” quedaron en manos de los nuevos bárbaros y los creadores originales, muy dignos, pasaron a otra cosa.

Hoy cualquiera puede hacer un meme, pero no cualquiera puede hacer un meme de, pongamos, Harry Potter, Star Wars o física cuántica. Es difícil captar los memes sobre quesadillas con o sin queso si no eres mexicano, igual que es difícil entender memes sobre la degradación de Plutón a planeta enano si no sabes algo de astronomía.

Los memes especializados (dirigidos a una profesión, nacionalidad, lengua, grupo de edad...) tienen para sus públicos la función de discernir quién pertenece al grupo selecto y quién no. Y justamente parte del placer de los memes está en la sensación de complicidad que provoca entenderlos; son como un guiño entre conspiradores. “Hay que ver la entrega de los óscar para entender los memes mañana”, dice mi esposa. Lo que impulsa la propagación de memes son esas ganas de pertenecer y también el temor a perderte algo bueno (el “fomo”, fear of missing out).

En el caso de los jóvenes el impulso de pertenecer a un grupo es más fuerte. Para ellos, además, los memes pueden ser un dispositivo para amortiguar asuntos más serios, como la angustia existencial, las enfermedades mentales, la soledad. El humor es un arma eficaz para enfrentar la adversidad.

Tono despreocupado

En febrero de 2020, unas semanas antes de declararse la emergencia sanitaria de covid-19, Jennifer L. W. Fink publicó en el periódico *The New York Times* un artículo sobre los adolescentes y las noticias. Empezaba señalando que los jóvenes se enteran de los acontecimientos por medio de memes, es decir, con un sesgo irónico o humorístico. Cuando el acontecimiento es una pandemia o una guerra, el ángulo chusco puede no ser el más adecuado para responder bien. Fink cuenta que los primeros memes sobre el coronavirus invitaban a prepararse para la enfermedad cortando limones (por aquello de la cerveza Corona). Otros memes relacionados con un grave acontecimiento internacional que pudo haber precipitado una guerra entre Estados Unidos e Irán les sugerían a los adolescentes que no necesitaban más preparación para combatir

que la que habían podido darles los videojuegos. Con su tono despreocupado, los memes también sugerían que el asunto no merecía ser tratado en serio. Fink proponía a los padres conocer los memes que ven sus hijos y discutirlos con ellos, aprovechando así la oportunidad para enseñarles a los jóvenes “ciudadanía digital”: discutir si un meme promueve la desinformación o el odio y cómo responder en ese caso; en general, enseñarles normas éticas para sus acciones en internet.

Pandemias digitales

Cuando cunde un meme, o una familia de memes con variaciones, decimos que se viraliza: que se propaga como un virus, en concordancia con la idea biológica original de Dawkins. Y según algunos no es sólo una metáfora. Hay investigadores que han comparado cuantitativamente la propagación de un meme con la de un virus.

En un artículo publicado en la revista *Applied Mathematical Modelling* en 2011, Lin Wang y Brendan Wood, de la Universidad de Nueva Brunswick, Canadá, graficaron los cambios en la popularidad de varios memes famosos usando datos de Google y luego tomaron un conjunto de ecuaciones que sirven para predecir la propagación de enfermedades infecciosas, el modelo SIR (por “susceptibles, infectados y recuperados”) que se usó, en particular, durante la pandemia de Covid-19. En el caso de los memes, los “infectados” son las personas que comparten el meme y los “recuperados” las que lo dejan de compartir. Wang y Wood usan las ecuaciones del modelo para trazar gráficas sobre lo que se esperaría y observan que las curvas teóricas y las experimentales se ajustan bastante bien. Los autores escriben: “Los memes virales muestran un pico de actividad típico en la primera parte de la etapa infecciosa y después una disminución gradual del número de personas infectadas. Este comportamiento se parece mucho a la dinámica del clásico modelo SIR.”

No todo el mundo está convencido de la comparación entre la propagación de memes y la propagación de enfermedades infecciosas. En el libro *El poder discursivo de los memes en la cultura digital* Bradley E. Wiggins opina que las explicaciones de los brotes meméticos en términos epidemiológicos son una falsa analogía por razones parecidas a las que ya había señalado Dawkins en 2013: en la propagación de memes hay voluntad y deliberación por parte de los infectados, cosa que no ocurre con la propagación de un virus. Pero claro, para esto hay que suponer que las personas que comparten los memes disfrutan de un libre albedrío total y desdeñar su inmersión en la cultura y los procesos inconscientes que los llevan a compartir, dos fuerzas que tal vez podrían resultar equivalentes a una forma de selección natural.

El sentido de la vida

¿Por qué unos memes se viralizan y otros no? Hay muchas personas investigando al respecto.

En un trabajo publicado en 2021 un grupo de investigadores de Estados Unidos, Reino Unido y Alemania tomaron 100 memes de la página *4chan* (donde nacen la mayoría

de los memes, incluyendo los “lolcats” hace 20 años), y analizan las imágenes (no el texto) desde varias perspectivas: teoría del arte, psicología, *marketing* y neurociencias. El objetivo es descubrir patrones en los memes que más se viralizan, para lo cual emplean la ayuda de modelos de inteligencia artificial.

En la búsqueda de elementos en común toman en cuenta aspectos de la composición de la imagen, el personaje que figura en el meme y sus emociones, y el público meta. Entre sus hallazgos está que las imágenes en las que hay un personaje tienen más probabilidades de viralizarse, sobre todo si éste ocupa la mayor parte del espacio y expresa emociones positivas (lo cual parece raro si pensamos en los memes famosos, que son de carácter más bien sarcástico). El asunto del público meta no afectó las probabilidades de viralidad de un meme; es decir, un meme para ingenieros puede popularizarse entre jóvenes de bachillerato.

Estos hallazgos les permitieron a los investigadores “predecir 19 de los 20 memes más populares en Twitter y Reddit entre 2016 y 2018”.

Otros análisis se centran en el texto de los memes, con conclusiones mucho menos claras. Los autores admiten que no hay consenso, e incluso hay quien opina que el asunto de la viralidad es puro azar, malas noticias para quien esté buscando la fórmula para elaborar memes virales. 🍀



Concierto Sinfónico en la Sala Nezahualcóyotl

La Fundación UNAM y la Sinfónica de Minería se unen para llevar a cabo un concierto único en México, con más de 80 músicos en escena bajo la dirección de Raúl Aquiles Delgado, todos interpretando las mejores piezas del cine italiano.

Concierto a favor de las becas de las y los alumnos con discapacidad. **11, 14 y 19 de febrero, 20 hrs.**

Primer Piso: \$800.

Orquesta y Coro: \$600.

Segundo Piso: \$400.

Más información en la página:

https://www.tiendaenlinea.unam.mx/producto_mapa/4352