

# ELS MEMES, LA IMATGE DEL S. XXI

Francesc d'Assís Sañé Díaz-Santos

MONOGRAFIES & APROXIMACIONS  
Institut de Creativitat i Innovacions Educatives

# N12



*Monografies & Aproximacions, n<sup>o</sup> 12*

*Títol: Els memes, la imatge del s. XXI*

*Autor: Francesc d'Assís Sañé Díaz-Santos*

Col·lecció dirigida per Rosa Isusi-Fagoaga i Ricard Silvestre Vañó.

© Del text: el seu autor

© De la edició: Institut de Creativitat i Innovacions Educatives de la Universitat de València, 2019.

Disseny de portada: Silvia Costa

Coordinadora editorial: Rosa Isusi-Fagoaga

*ISBN: 978-84-09-14264-4*

# **Els memes, la imatge del s. XXI**

**Francesc D'Assís Sañé Díaz-Santos**



## Agraïments

A en David Casacuberta: mestre, tutor i  
guia al qual l'hi estic molt agraït el haver  
permès convertir una idea en aquesta  
realitat.

Als normies, memelords i altres individus  
de la comunitat mèmica i del memeverse:  
E.

I a la meva mare, la meva Aspasia  
Taradellenca, ets un àngel.  
(ara vas i superes aquesta dedicatòria)



## Prólogo

Nuestra estimada revolución digital vive, conceptualmente, de prestado. Ciertamente, tenemos redes sociales que nos permiten enviar nuestras ideas a miles de personas, pero esos mensajes los escribimos con teclados QWERTY donde las letras están ubicadas de esa forma tan peculiar y- por qué no decirlo, molesta- para evitar que las varillas de las máquinas de escribir chocaran entre sí. Las revistas científicas llegan ahora mucho más rápido a los investigadores interesados, que pueden hacer búsquedas “inteligentes” para encontrar aquellos artículos más relevantes para su investigación. Puede ser. Pero esos pdfs siguen pareciéndose demasiado a los artículos que se imprimían en papel en el siglo XX.

Las nuevas tecnologías aún tienen que llegar. La revolución en las comunicaciones no está ni mucho menos acabada. De hecho, todavía se está gestando. Siguiendo la terminología de Bolter y Grusin, lo que tenemos ahora son remediaciones: documentos digitales que imitan revistas en papel, interfaces gráficos que remedan los controles físicos del mando de un vídeo, etc.

Afortunadamente, también tenemos vislumbres, intuiciones, de cómo será una forma de comunicación realmente nueva. Una comunicación en la que el material audiovisual ya no copia las formas de expresión de la revista, el

libro, el periódico, el programa de televisión y otros modelos del mass media. Uno de esos dispositivos es el meme.

El meme explora los procesos de remix, de apropiacionismo, del háztelo-tú-mismo del punk; crea metaniveles de ironía, de nuevas lecturas, dinamita los contextos desde dentro, y plantea así una forma nueva de discutir, de analizar de pensar, de filosofar.

Este libro de Francesc Sañé cumple así una doble función: por un lado nos muestra que la filosofía está capacitada para analizar un nuevo fenómeno cultural, los memes: que desde las humanidades podemos analizar las razones por las que esos breves y jocosos montajes se convierten en virales, entender su capacidad para representar una idea desde varios niveles, y comprender las genuinamente nuevas maneras en que las tecnologías digitales nos permiten cruzar imagen y texto.

Pero este libro es también una demostración de la capacidad filosófica de los memes para transmitir ideas, modificar consciencias, y repensar rutinas básicas de nuestra cultura y sociedad. Sería un error quedarse en el aspecto humorístico de los memes y verlos como un mero entretenimiento nicho para cuatro freakies. En los memes se combinan estrategias comunicativas milenarias con las capacidades expresivas de las tecnologías digitales, y pueden devenir así poderosas herramientas de comunicación.

Es bueno que las ideas de Sañé aparezcan en formato libro. Aplicando el principio de Lindy, es fácil ver que objetos como los libros, que ya tienen unos milenios, no van a ser barridos del mapa por las tecnologías digitales. Puedo imaginarme la década de los 20 sin Facebook -de hecho me encantaría encontrarme esa próxima década sin redes sociales ridículas- pero tengo claro que esas manchas negras sobre fondo blanco que representan palabras y conceptos van a seguir siendo tan activas como siempre.

Pero ello no significa que tengamos que limitarnos a remediar la palabra escrita *ad nauseam*. Los memes ofrecen nuevas formas de comunicación



que podemos explorar en el aula y en el debate científico. Al escribir un libro sobre memes, Francesc Sañé nos ofrece lo mejor de los dos mundos y, al mismo tiempo, crea un nuevo nivel de ironía al tratar los memes desde la antigua tecnología de la imprenta.

No sé usted, estimada lectora, lector, pero yo siempre he odiado los prólogos largos. Demos paso al autor. Este es un libro que debería leerse con cierta urgencia. Los memes están aquí para quedarse, de manera que es una buena inversión de nuestro tiempo entender qué son y cómo funcionan. O, remediando un meme clásico: “All your medium are belong to us”

David Casacuberta

Dpt de Filosofia

Universitat Autònoma de Barcelona

## Introducció

S'està donant en la societat occidental un canvi molt gran en com els seus individus es relacionen usant com a medi les xarxes socials. La incorporació de les tecnologies, ja no només en un àmbit acadèmic, científic o laboral sinó en la quasi quotidianitat de la societat tecnològica: ha propiciat el sorgiment de diverses pràctiques polítiques, artístiques i discursives. Els *memes* ha estat la tipologia d'imatge que més ha imperant en les xarxes socials des de que el fenomen es va fer viral i va passar a la totalitat de l'esfera internauta. La proposta d'aquest treball és descriure com aquest fenomen ha anat s'ha situat sempre un pas més enllà de l'humor fent de la seva capacitat expressiva i comunicativa un nínxol on un canvi generacional portava un nou paradigma en l'àmbit de la comunicació humana. L'Internet ha passat de ser un luxe a ser un artefacte propi d'aquest individu transhumanista-digital que desplaça el tan famós *lebenswelt* a l'esfera digital. Analitzant les característiques estètiques i compositives, així com la seva implicació social i en les relacions de poder de l'era digital, el meme passarà de ser concebut com un “acudit modern” o un “refrany virtual” a ser una eina comunicativa i de reflexió social que ha esdevingut una pràctica que si més no observada com a pura metàfora pot representar la circulació de les idees en el discurs del llenguatge modern. Quan un meme es transmet s'està llançant una idea a l'àgora virtual, on tothom està convidat a gaudir-ne el seu component estètic i

discutir-ne l'aspecte polític, epistemològic, lògic, etc.

Aquest treball ha seguit un model analític i descriptiu per a configurar un discurs entorn els memes sota tres paràmetres: l'anàlisi dels memes dins la categoria d'imatge i com a objecte estètic, la seva rellevància social dins la comunicació digital (i en un aspecte més gran dins la societat de l'espectacle debordiana) i els problemes filosòfics que genera la seva interpretació com a imatge en relació a l'individu, com a medi mateix o en relació al cos i a la societat.

La rellevància de fer tal estudi rau en què ja ha esdevingut una pràctica que cadascuna de les parts que componen la societat occidental han tingut contacte: els grups socials *underground*, els presidents, les companyies de màrqueting, les revistes, els programes, els anuncis, etc. El fet de que és una imatge (té un lloc en l'espai públic) i que pretén enviar un missatge posa els memes en el punt de mira filosòfic per entendre com aquests s'han constituït i com han arribat a formar part de la pràctica diària de transmissió d'imatges dins les xarxes socials; i si pot ser rellevant o no. Veig que no és només un estudi que s'hagi d'aturar en el descriure *què són* i *com* interactuen amb els individus de la societat; sinó fer palès de que el seu ús i la seva pràctica de transmissió és sempre intencional, i es troba dins d'una dinàmica comunicativa en un paradigma nou que les noves generacions analitzarem.

Doncs, el treball, buscarà respondre tres preguntes concretes: (1) quina, o quines, qualitats té el meme com a imatge, (2) quina és la seva relació amb l'individu (sota la noció de cos receptor i cos perfomador d'imatges, com a medi, etc.); i (3) la seva posada en escena dins una societat mediada per imatges.

Els memes es posaran en diàleg amb autors de la teoria de la Imatge com Mitchell, Belting, Debord; però també amb autors d'altres disciplines com el biòleg Dawkins.

El primer gran bloc d'aquest treball, *De Dawkins a el Rubius*, ha de servir d'introducció per tal d'establir els precedents conceptuals, històrics i teòrics de l'horitzó del món mèmic. En aquest es clarificaré particularitats dels memes que

queden fora de la discussió pròpiament filosòfica que es discutirà en el segon gran bloc *l'Argument mèmico*. Els primers tres capítols del primer bloc oferiran una visió històrica (genealògica), analítica (anàlisi de la imatge); i etimològica (ja que la paraula es va usar per primera vegada en biologia evolucionista i té una relació que va més enllà de la coincidència nominal) dels memes.

El fil que seguirà, doncs, l'argument del segon bloc serà: fer (1) un primer anàlisi dins el marc conceptual de WJT Mitchell del concepte imatge per exposar quin tipus d'imatge és un meme, un segon (2) anàlisi sota l'umbral teòric de Belting per descriure categoria dins les nocions de medi i de cos; i una reflexió (3) final sobre com es configuren els cossos i altres entitats descrites en el treball dins la noció de *societat de l'espectacle* de Guy Debord.

## Prefaci

### Què és un meme?

En el diccionari d'Oxford la paraula meme<sup>1,2</sup> té dos definicions. La primera contempla el meme com l'element de la cultura o sistema de comportaments que són transmesos d'un individu a un altre per imitació o altres accions no genètiques (Oxford, 2019). Aquesta definició és la que ha servit de base per a descriure més tard les vinyetes humorístiques sorgides a Internet l'última dècada, portant el mateix nom. La segona definició de meme al diccionari citat anteriorment és la de imatge, vídeo, text, etc., típicament humorístic, que es copia i s'escampa ràpidament entre els usuaris d'Internet, amb alguna variació en alguns casos (Oxford, 2019). És curiós i evident que el lligam nominal pot ser més que pura casualitat.

La primera definició s'inscriu sota les teories dels bidèlegs

---

<sup>1</sup> (Dawkins, 1967) Tot i que ja queda explicat en el marc teòric proposat, la paraula *meme* va aparèixer per primera vegada en l'obra del teòric evolucionista Richard Dawkins en la seva obra de l'any 67 *El gen egoïsta*.

<sup>2</sup> El mot *meme* és utilitzat en la parla anglesa i castellana. Tot i que hi ha entrades en català que recullen el mot “mem” per a referir-s’hi, he preferit usar “meme” perquè com a manlleu és més conegut i perquè el Dicc encara no accepta la forma catalana del mot.

evolucionistes Charles Dawkins i Susan Blackmore. La principal base per comprendre el significat del meme en aquest àmbit és que els dos autors proposen fer una analogia entre els gens i els memes per tal d'entendre com la societat transmet la cultura entre els seus individus ( Dawkins, 1967:216-17). Tot i que existeix una discussió sobre la unitat i transmissió dels memes, en aquest treball el concepte evolutiu és introduït perquè al descriure el fenomen de les imatges humorístiques sempre es cita l'obra de l'autor. El nexa apareix per exposar que les imatges humorístiques potser també prenen la dinàmica de transmissió cultural. Considero que la segona definició mostra com els memes són quelcom transmès entre individus, existeix la possibilitat que allò que s'estigues transmetent amb les imatges i demés disposicions fos una certa informació. Llavors els memes de Dawkins haurien adoptat una forma material en forma d'imatges.

En l'escrit agafaré com a objecte a tractar els memes de la segona definició. La pregunta inicial que podria resumir el propòsit de l'escrit podria ser: *tenen quelcom a dir els memes a la clàssica pregunta “és possible pensar en (o amb) imatges”?*

# De Dawkins a el Rubius

## Aproximació etimològica, històrica i compositiva dels memes

### I. El concepte meme dins les teories evolucionistes

En aquest primer capítol s'exposaran conceptes claus en que es basen els autors Dawkins i Blackmore a l'hora d'estructurar un discurs entorn el concepte meme. L'objectiu, més que exposar tota la teoria dels autors per tal d'analitzar què és un meme segons el marc teòric que proposen; és analitzar les bases de la teoria per tal d'establir diferents nexes amb l'objecte d'estudi del treball: el meme com a fenomen viral a les xarxes socials en forma d'imatge humorística editada.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Les obres que proposo per a descriure el concepte *meme* son: Dawkins (1967) *El gen egoísta* i Blackmore (1999) *The meme machine*. Aquesta primera mostra del concepte meme juga a partir de les dues definicions: el meme com a unitat cultural centrat en les teories

Doncs, destacaré els conceptes claus de l'obra del biòleg Dawkins per tal d'entendre quina és la descripció del meme i de les estructures, entitats, i demás disposicions que giren entorn seu. Aquesta descripció inclourà conceptes i reflexions de la filòsofa Blackmore que acabaran d'establir aquest marc teòric que té dues funcions: exposar de quina manera es concep la transmissió cultural entre els individus; i de quina manera aquesta teoria es reflexa en els memes (el fenomen viral que ha esdevingut una unitat d'imatge concreta) i de quina s'estableix un nexa que va més enllà de compartir el nom.

Abans d'oferir una definició al concepte meme exposarem dues primeres consideracions sobre els autors per entendre el propòsit d'estudiar tal concepte.

L'obra de Dawkins, en concret quan ell parla de memes, parteix d'una qüestió principal i és la possibilitat que hi hagi entitats replicants lligades al nostre procés evolutiu que siguin de caire no-genètic (Dawkins, 1967; 217-128). Tal plantejament vol donar evidència de que a l'hora de transmetre X informació entre els individus de l'espècie humana, s'hauria d'incloure la cultura ja que és un fenomen que pot portar una forma d'evolució [sense ser genètica]; que més enllà de emmarcar uns aventatges biològics; instauren la comprensió de l'evolució de l'home modern (Dawkins, 1967; 216-217).

No intenten els autors comparar directament un meme amb un gen, sinó que hem de veure aquesta analogia segons com la descriu Blackmore:

*“Podem utilitzar el gen com a analogia però no hem d'esperar una comparació exacte i perfecte. Més aviat, hem de confiar en els principis de la teoria evolucionista per guiar-nos en l'entesa de com funcionen els memes.”*

(Blackmore, 1999: 18. trad.pròpia.)

Per agilitzar la lectura i el propòsit dels annexos, establiré quins són els conceptes més rellevants de les obres dels autors, no per analitzar el meme

---

evolucionistes i el meme com a fenomen viral.



en si mateix (ja que com es veurà la problemàtica principal és establir-ne l'unitat mínima); sinó per establir quins són els mecanismes i comportament d'aquests a l'hora de transmetre's entre els individus.

Pel que fa a la definició, tal com està exposat en el treball es pot veure que la **definició de meme** conté dos punts importants: la unitat del meme és una unitat cultural o de comportament; i que es transmet entre individus per fins no-genètics. Tal cita no es troba literalment en l'obra sinó que s'ha extrapolat dels principals punts que contenen descripcions dels comportaments dels memes. Com a molt trobem una definició aproximada que sense context pot tenir un sentit mínim i ser una mica insuficient per a la descripció: una idea-meme podria ser definida com una entitat capaç de ser transmesa d'un cervell a un altre (Dawkins, 1967;226).

Per entendre els memes, tal com ens exposa Blackmore; hauíem de tenir en compte una serie de principis de la teoria evolucionista per veure com aquests actuen. La primera aproximació ha de passar per entendre els memes com aquella entitat replicant que “**infecta el cervell**” (Dawkins, 1967;219), passant d'un cervell a un altre (com els gens ho fan en un patrimoni genètic) per un procés que podria ser considerat “**imitació**” (Dawkins, 1967; 2018).

El concepte d'imitació l'explicaré millor sota l'umbral teòric de Blackmore més endavant, per ara; passem a analitzar quines són les característiques que regulen la transmissió dels memes amb l'exemple d'una cançó. Les **característiques** que garanteixen quant efectiva és la transmissió dels memes són tres: longevitat , fecunditat i fidelitat (Dawkins, 1967;220).

La **longevitat** és, de les tres característiques, la de més relativa importància ja que descriu bàsicament el temps de vida d'un meme. De la mateixa manera que un gen “viurà” tant temps com sigui capaç de replicar-se; un meme romandrà en el cervell de la persona fins que es mori si aquest no es replica en altres persones i les infecta. (Dawkins, 1967;220).

La **fecunditat** és definida com a la velocitat de replicació

(Dawkins, 1967;26), però aquesta definició és usada per exposar com els gens tenen més possibilitat de replicar si aquests ho fan més ràpid i en major nombre. Però, a fecunditat en el cas dels memes té més a veure en com la cultura en si de l'individu garanteix que un meme s'inscriu en la ment. Dawkins posa l'exemple d'un meme que és una idea científica; la seva difusió dependrà de quan acceptable sigui per a la població d'individus científics (Dawkins, 1967; 221). Aquest podria ser, junt amb la fidelitat, un dels aspectes que més hem de tenir en compte quan analitzem els memes d'internet: la seva fecunditat dependrà del grau d'acceptació, i d'afinitat entenc, dels individus “ideals per a estar infectats per determinat meme”. És evident que com la cultura té una història, uns canvis, hi ha memes que com les modes deixaran d'estar a l'ordre del dia d'idees que es volen transmetre i per tant tindran més o menys probabilitat de transmetre's.

El concepte de fecunditat demana d'una explicació concreta en relació al concepte de **fidelitat** ja que, si tenim en compte que les còpies poden tenir mutacions a l'hora d'inscriure's en la ment de l'individu, un meme és més probable de ser transmès sota mutacions que un gen; Dawkins no considera els memes com a entitats “d'alta fidelitat”. Sembla ser que els memes a l'hora de ser transmesos pateixen canvis que lluny de trencar el principi del “tot o res” genètic estableixen una dinàmica de transmissió on la mutació i la fusió entre els memes és constant (Dawkins, 1967; 226)

Tot i que es pot descriure les característiques a partir de l'analogia amb un gen, encara no s'ha parlat de quina unitat tenen els memes. Quan Dawkins es pregunta perquè el meme-idea de Déu és tant famosa, té un gran nivell de supervivència; arriba a concloure que està compostat per altres “idees” més petites que en si tenen un atractiu “psicològic” cap a l'individu (Dawkins, 1967; 219). L'autor exposa més endavant que la composició dels gens (en analogia amb els memes) en gran i petites unitats, i en unitats més petites dins de tal unitats; componen una unitat amb suficient fidelitat de copia per a transmetre's (Dawkins, 1967; 226). Dawkins exposa, usant com a exemple la novena simfonia de Beethoven; que aquella petita part que compona la cançó (que en un principi podriem anomenar meme) la qual pot ser separada del seu context de simfonia

total i pot ser transmesa com aquesta unitat separada; mereix ser determinat com a meme (Dawkins, 1967; 226).

De la mateixa manera que s'exposa que un gen realment no competeix de manera intencional sinó que es suposa i es comprèn que els millors gens (en sentit general de supervivència) perduraran més que altres gens més dèbils; els memes al “competir” per l'espai que puguin ocupar de memòria en el nostre cervell els posa en un estat de lluita, encara que només sigui metafòric al tenir en compte la realitat i la capacitat d'emmagatzematge de les entitats replicants siguin quines siguin (Dawkins, 1967; 228). Els gens i els memes no només són anàlegs sinó que, si es considera que els gens han dotat als individus de cervell (ment) i els han convertit en màquines de supervivència (Dawkins, 1967; 29); els memes s'encarregaran d'anar-se replicant a partir de l'òrgan encarregat de crear ràpides imitacions: el cervell (Dawkins, 1967; 232).

Passem ara a considerar lo exposat en l'obra de Blackmore per acabar de dibuixar el marc de comprensió del concepte meme basant-nos en dos conceptes: la **imitació** i els **memeplex**.

La filòsofa exposa des d'un principi que les característiques dels memes s'han de basar en l'algoritme evolutiu de tres factors: variació, selecció i retenció (Blackmore, 1999; 14). Aquestes no contradiuen cap de les tres característiques que destacava Dawkins sinó que resolen part de l'explicació de perquè els memes es transmeten com a còpies però sota variacions. Les històries que s'expliquen, les anècdotes, mai seran explicades igual dues vegades i algunes inclús seran tant avorrides que ni tant sols interessaran de ser escoltades (aquests dos punts determinen els factors de variació i de selecció). Pel que fa a la retenció, entrem al cap de la imitació.

La **imitació** per l'autora, que accepta el concepte com el mecanisme de transferència de memes de l'obra de Dawkins, ha de ser compresa en sentit ampli com el traspàs d'informació usant el llenguatge, lectura, així com altres tècniques i comportaments. S'inclou en la definició de imitació qualsevol còpia d'idees i comportaments d'un subjecte a un altre (Blackmore, 1999; 43).

Per tant s'exposa com la manera com transmetem els memes és en base a captar aquesta essència que en compona l'idea per tal de compartir-la a partir de l'imitació (llenguatge) amb un altre individu (entenc que hauria de tenir el mateix llenguatge que l'individu que transmet el meme, o almenys el no ser així comportaria un problema de supervivència i res més).

Abans hem mencionat que Dawkins parla de que els memes poden estar formats per agrupacions més petites de memes i que depenent de com gran sigui aquest complex més probabilitat de supervivència tindrà. La autora prefereix parlar de **memplex** quan per exemple parla d'ideologies polítiques o de creences en astrologia (Blackmore, 1999; 41). L'essència d'un memplex és que està format per altres memes més petits que poden replicar millor en grup i no de manera individual (Blackmore, 1999; 20).

Allò que és rellevant i que dóna importància a la imitació és que, al igual que els mecanismes de censura mental de les imatges exposada en el treball; la imitació permet determinar què es pot imitar i què no, per tant què és un meme i què no (Blackmore, 1999; 43).

Per acabar aquest apartat, exposaré quins nexes hi pot haver entre els memes com a noves entitats replicants i els memes com a vinyetes humorístiques:

-Els memes (internet) són, dins del conjunt de “pràctiques humorístiques de la societat actual”; el meme que té més possibilitats de sobreviure ja que té l'atenció d'una part de la societat molt gran i que permet la seva transmissió de manera ràpida i constant a partir de l'Internet.

-Cadascun dels memes, al ser una idea que s'està transmetent en forma d'imatge; es tracta d'un meme (noció de Dawkins) i per tant, com altres idees, estarà subjecte a les pressions i lleis de supervivència dins un espai, un medi i entre els individus que els hi siguin transmeses.

-Si tenim en compte el memplex com a conjunt de memes

que componen un meme d'un aspectre més gran que els inclou; el conjunt de memes i d'altres meme-idees més petites que pertanyen a l'àmbit dels memes (internet) també pot ser concebut com un memeplex. Tal com s'exposarà durant l'escrit, el món o conjunt d'entitats que componen el món dels memes es coneix com a **memeverse**.



## II. La història dels memes. El memeverse

Una notícia va remoure el panorama dels memes quan aquests ja havien adquirit el seu estatus de virals en la societat: *Perquè l'humor mil·lènia és tant estrany?*<sup>4</sup>.

En aquesta frase simple es troben els dos punts principals a l'hora d'explicar la història dels memes i el seu lloc en la societat: és estrany i està relacionat amb una generació particular. La primera aproximació a aquest fenomen ha de passar per entendre que és un fenomen que neix com a pràctica d'una generació concreta: la generació mil·lènia.

No hi ha un consens definitiu sobre com partir la línia temporal dels últims trenta anys a partir dels termes *generació X, Y i Z*, la definició que m'és més útil és la que ofereix *l'Instituto internacional español de marketing digital (IIEMD)*:

Millennial es aquel tipo de persona que llegó a su etapa adulta después del año 2000, es decir, con el cambio de siglo, y que en conjunto, posee características particulares, tales como por

---

<sup>4</sup> [https://www.washingtonpost.com/outlook/why-is-millennial-humor-so-weird/2017/08/11/64af9cae-7dd5-11e7-83c7-5bd5460f0d7e\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/outlook/why-is-millennial-humor-so-weird/2017/08/11/64af9cae-7dd5-11e7-83c7-5bd5460f0d7e_story.html)

ejemplo: una personalidad de descontento y amor por la tecnología, por otra parte, las edades de los Millennial rondan entre los 15 y 29 años, también son conocidos como los hijos de la generación del *Baby Boom*, y la generación Y.

(Instituto internacional español de marketing digital [IIEMD]. (2015-2016). Que es milenial. Espanya: *IIEMD*. Recuperat de <https://iiemd.com>)

Els memes són una expressió d'humor que ja sigui pel contingut o per la forma és incompreensible per a gran part de la població. De fet, un meme que ens ajuda a exemplificar tal situació és el següent:

me showing my mom  
a funny meme  
my mom:



Pel que parodia el meme, el problema està en que els individus poden intuir que es tracta d'un tipus de broma ja que el coneixement del fenomen com a fenomen pot ser-hi en major o menor mesura però que al cap i a la fi és una imatge estructurada que pot portar a la confusió; com si l'acudit estigués encriptat. Aquesta és una de les bases de les quals partiré per explicar la història dels



memes, partint de dues consideracions principals: es tracta d'un humor que ha creat un sentit en una generació en concret (per tant correspon a un joc de llenguatge concret)<sup>5</sup> i que té el seu origen a les xarxes dins el moviment *freak*.

Com que per una persona que porta observant memes molt de temps és molt evident que es va generar en un moment donat a l'internet i, tenint en compte que no hi ha una línia cronològica establerta entorn a la creació de memes més enllà dels diferents llistats de “memes famosos” que han aparegut al llarg dels anys; em basaré en un vídeo trobat a la plataforma Youtube que exposa una breu història de l'origen dels memes, analitzant més enllà dels memes i inscribint-los en una temporalitat lligada a la societat<sup>6</sup>.

La discussió sobre quin va ser el primer meme pressuposa que els memes tenen una forma única, uns patrons similars, que permeten diferenciar un meme d'una imatge qualsevol trobada a la xarxa; i no és així, no exactament així. Podem tenir en compte, per establir un punt de partida, aquella tesis sobre les imatges de Mitchell i entendre que els memes poden estar sotmesos a mutacions però que han estat agents històrics que en moments concrets se'ls ha senyalat i se'ls ha anomenat memes. Com he dit abans, les persones que portem molt de temps consumint memes podem discernir entre memes i determinar quina antiguitat tenen per com estan estructurats o pel seu contingut.

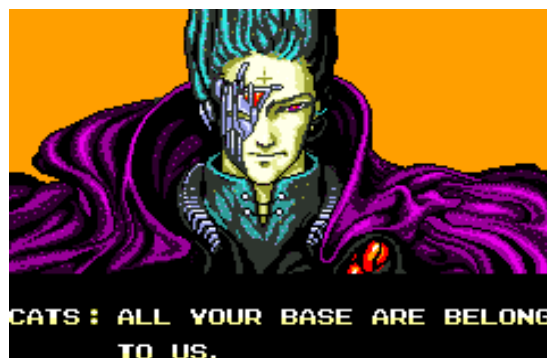
La primera transmissió d'informació virtual en clau humorística la trobem fa uns trenta anys amb l'ús del llenguatge *leet speak* (1337 5p34k). Tal llenguatge s'usava en fòrums o en jocs en línia per codificar un missatge, crear una esfera elitista de comunicació o evitar la censura en el xat virtual; consistia en escriure usant majoritàriament caràcters alfanumèrics, dins dels fòrums no hi havia res millor per entretenir-se. Les imatges virtuals encara no es podien transmetre via Internet de manera directa i el *leet speak* es va convertir en un passatemps i un llenguatge propi en fòrums i jocs en línia.

---

<sup>5</sup> (Wittgenstein, 1933)

<sup>6</sup> El vídeo en qüestió es diu *Casually explained: memes* i el nom (autor) de la pàgina encarregada de pujar el vídeo és *Casually explained*.

Arribats al canvi de segle, van començar a circular les primeres imatges amb intencionalitat humorística (*picture memes*). Consistien en captures de videojocs o de vídeos trobats a la xarxa com per exemple el “Do a barrle rol”, “*Hampster dance*” o la mala traducció en el joc *Zero Wing* (on es pot llegir literalment: “*All your base are belong to us*”).



Aquest tipus de memes o protomemes són molt diferents al clàssic meme que la gent coneix i sembla que li falti un sentit al fet de usar tal codi lingüístic o transmetre aquestes imatges; però és el pilar fonamental de la història dels memes: la comunitat *freak*. No m'estic referint als tòpics que els mitjans i la cultura popular atribueix al món *freak* i que han estat usats sota la bandera de l'espectacle per crear una caricatura mercantil del “freaki mitjà”. Un cercle cultural de persones que repeten els tòpics de series o de videojocs i que compartien entre ells imatges i idees del patrimoni *freak*. La pràctica de repetir, i en aquest sentit la idea de la *repetició* hauria d'estar sempre present quan es parla de memes, com un

mantra les frases de les imatges o dels fòrums ens era graciosa i simplement ens passàvem el dia repetint-les a l'escola entre els amics (els pocs que apart d'estar en els fòrums compartien el dia a dia amb nosaltres).

Al final passaven a formar part del nostre repertori d'expressions perquè feia gràcia (almenys a nosaltres els *fresks*). Poc a poc el fenomen de transmetre imatges es va sofisticar més: es van començar a editar imatges intencionalment per a fer riure i ser mostrades a les plataformes digitals (un dels primers que es recorda és una imatge que parodiava una escena de l'anime *Dragon Ball*: es coneix com “*Imma firin' mah lazer*”). L'objectiu principal era l'aprovació del gran públic del fòrum i que s'acceptés de que com a productor sabies de què anava la cosa. Quan va aparèixer l'opció de compartir imatges de manera directa entre plataformes, va sorgir el tòpic del folklore virtual de que es guanyaven “punts imaginaris virtuals” i amb això s'incrementava el respecte dins la comunitat virtual. Un altre cop, al ser una sub-cultura marginal la necessitat d'acceptació i d'amistat era coberta, o al menys es creia així, per l'Internet i es forjava una identitat que, tot i que virtual, legítima. El següent canvi es va donar amb l'aparició de les plataformes 4chan.com i Reddit.com (2003 i 2005 respectivament): van esdevenir les dues plataformes especialitzades en la transmissió d'aquestes imatges editades, i la producció dels primers memes de l'era moderna va ser massiva.

Tals imatges en format de *rage comics* tenien l'intenció de descriure una situació de la vida quotidiana de manera exagerada, situacions les quals els internautes es sentien identificats. Els *rage comics* no van ser famosos molt temps, però van deixar un seguit de caricatures i personatges que vam introduir en el nostre vocabulari i imaginari mental com a manera d'expressar-nos ja que recollien molt bé l'essència del que es volia dir: tals són *Trollface* (que representava el clàssic bromista), *Megusta* (com indica el nom, quelcom agradable), *Fuuuuuuu!* (que fa referència a l'expressió anglesa *fuck!*, i amb això expressar descontentament o indignació cap alguna cosa, situació o persona), i molts més.



Arriba un punt que els diferents formats d'allò que es podria denominar meme és tant gran que crear una enciclopèdia seria un esforç titànic i inútil ja que si alguna cosa ha de quedar clar amb el món dels memes és que és millor quan només s'ensenyen, no s'expliquen. La gràcia de poder entendre diferents models de memes i els diferents acudits que planteja és haver desenvolupat una tècnica a l'hora de captar els memes (i posteriorment poder-ne crear); la qual inscrivía l'individu en el **col·lectiu mèmica**.

Podem entendre el **col·lectiu mèmica** com aquells agents encarregats de crear, transmetre i consumir memes de manera conscient (és a dir, que estan al corrent de quin tipus d'imatge estan tractant i quina és la seva finalitat). I és important ja que aquest col·lectiu s'ha establert com un grup amb tanta rellevància que pot arribar a causar un efecte en la vida real tal com en són exemple els **dank memes** i un dels memes amb més controvèrsia de tots: la granota *pepe*.

Abans de descriure aquests dos espais concrets, definim primer què és el **memeverse**. Si sota la teoria evolucionista es contemplava que els memes (idees) s'agrupaven en petites idees més petites que no podien ser replicades (o en menor capacitat) dins el grup; el conjunt de memes així com diferents aspectes que des de la cultura es conceben com a folklore o sacre també ha de tenir un nom: el **memeverse**. El memeverse és tot allò que fa referència al món dels memes, dins i fora dels memes: els diferents models de memes, personalitats fictícies o reals que han esdevingut memes, frases típiques, moments que hi ha hagut a les xarxes que impliquen memes, etc.

Amb tot això exposat, s'hauria d'entendre que el món dels memes i el seu col·lectiu conté una informació i una acumulació d'imatges i d'esdeveniments que impliquen de la seva participació per a ser compresos. Hi ha una experiència que s'acumula a mesura que s'entra en una dinàmica mèmica de transmetre i consumir memes.

Els **dank memes** sorgeixen en un moment donat per a criticar l'ús que se'ls ha donat als memes. Quan aquests es van fer virals i van passar a

plataformes no-exclusives de memes, van ser transmesos per la major part de la població. Només es compartien aquells memes els quals eren fàcils d'entendre (com aquests primers memes composts per una imatge i dos frases) i això va fer enfadar a la comunitat mèmica ja que es va expropiar el meme per a fer-ne un ús viral fora de tota la dinàmica que hi havia darrera i el col·lectiu que havia creat. Es van crear un seguit de memes que com es veurà en el treball fan mofa de la societat que es regeix per imatges sense esforçar-se, que només valora la imatge o que ha compartit tant les imatges fins al punt d'esgotar l'humor que oferien. En contra d'aquesta tendència estàtica de compartir només les imatges senzilles van aparèixer els memes com la vanguarda que portaria els memes un altre cop cap al seu lloc i els seus individus. S'ha arribat un punt a la comunitat mèmica que fins i tot aquelles persones que no usen els memes amb propietat (només per a fer efectiva l'expressió de compartir quelcom viral) entren en la comunitat sota una visió pejorativa usant termes com *normie*<sup>7</sup>.

Per tancar aquest apartat comentarem el cas de la granota *pepe*. Com s'ha exposat, els memes són una família d'imatges que ha mutat al llarg del petit temps de vida que han tingut; per tant també poden haver memes que han esdevingut símbols d'odi.

El meme en concret “**Pepe the Frog**” va esdevenir un meme com a tal l'any 2008. Vuit anys més tard, el 2016, aquest meme va ser usat per el moviment dretà alternatiu<sup>8</sup> com a símbol d'odi) (Wikipedia). No és el primer cas que una imatge que esdevé meme té unes connotacions que arriben fora de l'espectre dels memes, i lo pitjor de tot és que quan s'intenta eliminar la imatge com a tal es buscarà una variació que substitueixi l'anterior.

---

<sup>7</sup> Normie s'utilitza normalment en l'argot internauta per identificar a individus *novells* (traducció literal) que desconeixen tot o part del món dels memes.

<sup>8</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Derecha\\_alternativa](https://es.wikipedia.org/wiki/Derecha_alternativa)



Els tres són imatges del meme (idea) que hi ha darrera el primer pepe-frog, però sota noves formes. Els memes són imatges que la seva forma canvia constantment i que es dirigeix des de dins de la comunitat mèmica; siguin de dretes o d'esquerres perquè ens entenem. El que sí que és interessant dels memes és com les diferents imatges no només han creat un **memplex** concret a l'hora de parlar de memes sinó que aquest serveix de cultura folklòrica per una comunitat concreta a l'hora de transmetre imatges (idees) concretes.

El fenomen meme, per concloure l'apartat, és un fenomen que neix d'una generació concreta que ha pogut viure els principis de l'era digital des de dins i des de fora. Aquesta generació ha basat una narrativa, una ficció, construïda al llarg d'aquests pocs anys per tal de poder comunicar-se sota unes normes i un sentit que generava un sentiment d'empatia (un *relate to* anglès dels individus amb els memes). És per tant una eina que va nàixer, en un principi exclusivament per a fer humor, i que s'ha instaurat com a llenguatge de comunicació per a gran part de

la generació mil·lènial; per tant, part de la seva comprensió passa per entendre com han estat els anys de infància-pubertat-adolescència de la generació. El següent capítol estarà dedicat a exposar com es constitueix un meme i com es fa per “entendre’l”.



### III. El meme. Estructura i anàlisi

Aquest capítol té com a propòsit identificar quines són les unitat que componen els memes i quina és una bona estratègia per arribar a comprendre un meme basant-me en una variació de l'estratègia intencional del filòsof Daniel Dennett (Dennett; 1987). Per a fer d'aquest apartat un exercici pràctic usaré com a exemple un meme per tal de senyalar-ne les unitats i després aplicar-li l'estratègia mèmica. El meme seleccionat es coneix com a *drake meme* i en concret ens parla de la famosa sèrie animada *Bob esponja*.



Per **templates** (paraula anglesa que vol dir *model*) entenem cadascuna de les diferents composicions que s'identifiquen com a memes, amb noms i cognoms, i que serveixen de motlle per crear diferents memes sota un mateix patró. Són més que models ja que aquestes composicions determinen les normes de lectura amb les quals s'ha de llegir el meme en concret .

Agafem per un moment el meme que prenc com a exemple (referència mem drake bob esponja). Es tracta d'una imatge composta per quatre panells: els dos de l'esquerra mostren al cantant americà Drake posant diferent en cada un, en la imatge superior s'identifica com el cantant mostra un gest de rebuig a lo que conté el panell del seu costat mentre que en la inferior mostra un gest d'acceptació al contingut del panell que té a la dreta. Els panells que es troben a la dreta de la composició mostren dues caràtules de la sèrie infantil *Bob esponja*: la caràtula inferior és la de la sèrie original i la superior és el *remake* que es va fer fa relativament poc. Aquest *template* es pot identificar com a "*Like/dislike drake meme*" i les "normes de lectura" que suggereix es poden descriure de la següent manera: *El que es mostra en el panell de la dreta superior és quelcom no-desitjable, no acceptat; quelcom que no agrada. Mentre que el que conté el panell inferior de la part dreta és quelcom desitjat, acceptat, respectat, etc.* Fent un paral·lelisme amb el món dels acudits clàssics; el format de l'acudit "*Toc-toc. Qui és?*", es podria dir que és un *template* ja que tot i que es poden fer molts acudits de "*Toc-toc*" diferents, el format sempre és el mateix; el que canvia és el contingut. Un cop que hom ha comprès de quin *template* es tracta, pot intuir com es desenvoluparà la broma, quina forma i estructura tindrà.

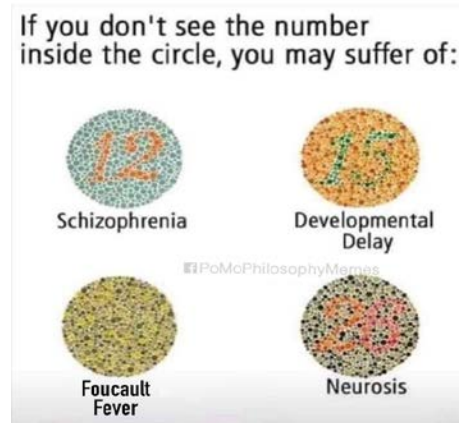
Les **referències** són totes les entitats, personatges, individus i demés ítems que es poden trobar introduïts en els templates per tal de donar-li un sentit particular al meme. Tornant a l'exemple: les referències són tant la sèrie de *Bob esponja* en si, també el *remake*, com la noció de que tal sèrie té l'estatus de quelcom sagrat en la comunitat mèmica. Les referències són l'aspecte més difícil de captar en un meme (de fet, existeix una broma sobre les referències que mostra que moltes vegades són incomprensibles o inaccessibles per a la majoria dels espectadors). I és que una referència pot ser tant simple com la imatge d'una

persona (en el meme d'exemple si en comptes d'en Drake hi hagués un polític, les referències remetrien a tal polític o algun aspecte que tingui a veure amb aquest), i tant complex com un *inside-joke* (nota a peu definint *inside-joke*) que hi hagi a la xarxa. Inclús podríem dir que les referències són el **memeplex** concret que es pot identificar dins el template; és a dir, si en el meme jo sortís com a referència, el significat que tindria el template es veuria afectat pel conjunt d'idees que estan incloses en la macro-idea Fran.

Una de les analogies que més m'ha servit per marcar la diferència entre els templates i les referències és la següent: dos memes poden compartir el mateix template i tenir diferents referències, això seria l'equivalent a explicar dos acudits del tipus "Toc-toc. Qui és?"; tanmateix, al compartir referències però mitjançant templates diferents s'estaria explicant dos acudits diferents usant els mateixos personatges; l'equivalent a explicar dos acudits diferents de la població de Lepe. Seguidament, una mostra primer de dos templates amb diferent referències i dos templates diferents que comparteixen referències:



Aquests dos templates tenen referències diferents: les de bob esponja per una banda i l'adquisició econòmica dels joves en l'altra.



En aquest cas són dos templates totalment diferents que tenen com a referències el mateix memeplex que comportaria ser fan de Foucault, o simplement Foucault vist per una persona que li agrada Foucault.

Seguidament exposaré com la base de Dennett ens pot servir per interpretar els memes i tenir un apropament amb l'objecte. El propòsit de l'estratègia intencional és establir patrons per fer un pronòstic d'acció (des del com fins al perquè) d'un agent racional (que té creences i les que té són veritades o almenys creu que són veritades ja que ningú mantindria una creença si se sap que són falses). Consta de tres punts: tractar l'objecte com un agent racional (que és conscient d'ell mateix i del seu entorn), atribuir-li les creences que hauria de tenir donada la seva posició al món i el seu objectiu i finalment atribuir-li quins desitjos hauria de tenir. Amb tot això es podria fer una predicció sobre el comportament que tindrà tal agent en determinades situacions.

Primerament, i lligat al què enuncitava al principi, tractarem que la imatge que tenim davant, l'artefacte, és un meme<sup>9</sup>. Seguidament, hem de tenir en

---

<sup>9</sup> Normalment, i que serveixi com a noció a tindre en compte; s'aprèn a diferenciar què és un meme d'internet i què no per intuïció i a base de consumir molts memes i tenir-ne un ús. Per

compte com hem arribat aquest meme, i en aquest sentit tenim dos escenaris: o bé nosaltres l'hem trobat, se'ns presenta en la immediatesa perquè navegant ha aparegut una imatge que podem identificar (o intuir) com a meme, o bé algun agent ens ha transmès el meme intencionalment, això és, que tal agent vol que nosaltres ens arribi un meme. Tenint en compte els dos escenaris, el que es fa a continuació és dotar a l'agent o pàgina (l'agent "pàgina" podria correspondre a el segon escenari on l'espectador ha entrat a la pàgina en concreta o la pot identificar d'entre la totalitat del *feed* personal com a pàgina transmissora de memes) com agents mèmics, és a dir; que són conscients de l'existència dels memes, entenen o intueixen quina dinàmica tenen i que la transmissió de tals es fa de manera intencional per tal de mostrar-los i no en cap cas crear una confusió al no saber si es tracta o no d'un meme. Pel que fa a atribuir les creences que l'agent hauria de tenir, l'espectador ha d'atribuir al creador del meme (no necessàriament ha de ser el mateix que el transmissor, tot i que és un escenari recurrent) unes creences concretes depenent de la posició que tingui en la xarxa i l'objectiu transmissor que proposi. Posaré un exemple trivial però que ajuda a esclarir aquest punt: pensem per un moment en dues pàgines de memes, les dues tenen temàtiques futbolístiques, una s'identifica com a seguidora del Real Madrid i l'altra seguidora del Barça; si tenim en compte els dos agents podem legítimament atribuir la creença que una pàgina serà partidària de fer humor a favor d'un equip i, donada la rivalitat, en tot cas en contra de l'equip contrari; per tant, podem atribuir-li un conjunt de creences concretes: la rivalitat, els jugadors, els fans, els resultats dels partits i un etcètera tant llarg com l'espectador pugui atribuir de manera racional (conscient de quin és el gruix de creences que som capaços d'atribuir tenint en compte l'agent). Podríem dir que s'ha d'identificar el memplex concret del creador entenent que sigui una pàgina temàtica; sinó simplement s'identificaria un memplex general basat en el memeverse. Aquest pas ha de ser comprès, tal com descriu Dennett, sota una primera regla general: s'atribueix les creences que l'agent *hauria de tenir* (nota de la regla de Dennett), tenint en compte que la noció que es té de tal agent es correspon amb unes creences concretes i sabent que

---

ara, la clau per identificar un meme és veure que és una imatge editada com si fos un collage, que aparentment pot ser una analogia o una metàfora d'un altre aspecte que no té res a veure amb el visual (usar el meme de Drake per parlar de Bob esponja).

aquestes creences són verdaderes o almenys sabem que en el cas de que siguin falses es pot fer una genealogia per veure on hi ha el biaix. A continuació, i essent aquesta el pas més subjectiu o que té a veure amb l'anàlisi més personal; s'atribueix a l'agent quins desitjos té. Dennett posa d'exemples de desitjos, preferències, interessos; en un agent racional la *supervivència*, *absència de dolor* o *menjar*. És difícil, i no sé fins a quin punt val la pena aquest pas, atribuir desitjos a un agent que transmet imatges ja que a priori podem pensar que el desig és el de transmetre imatges; així que faré com Dennett i exposaré el que a mi em sembla que siguin factors “desitjables” per un agent (recordo, el creador): *transmetre memes de to irònic*, *transmetre memes centrats en un tema* (futbol, política, filosofia també), *transmetre memes sota una ideologia concreta*, *transmetre memes per un públic en concret* (pot ser semblant al desig del mono-tema però amb la diferència que aquest es centra en el públic i no tant en explotar un sol tema amb diferents memes), *què ha passat a la realitat i com es vol transmetre en forma de meme* (essent aquest el desig principal de qualsevol pàgina que tingui un lligam amb aspectes de la realitat).

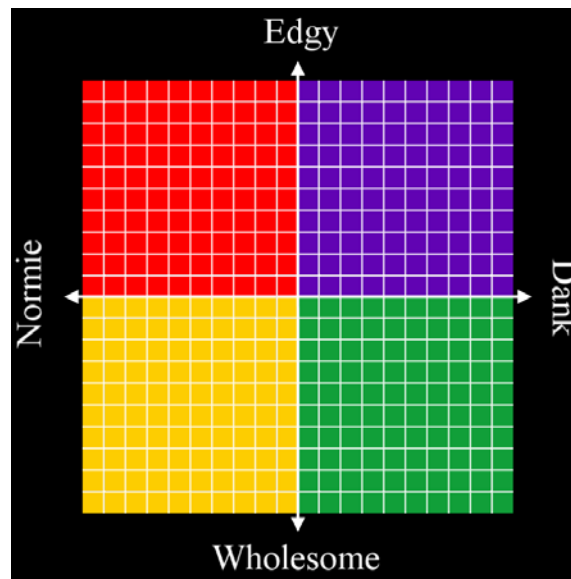
Apart de seguir aquests passos, és lògic analitzar paral·lelament també quin *template* està utilitzant i quines referències apareixen.

Finalment, amb tots els passos anteriors en ment (en la totalitat que es pugui) i amb un coneixement de les unitats que el componen; hom podria fer la següent reflexió (agafant com a exemple el meme de referència de l'apartat):

*“Sé que és un meme perquè la pàgina on l'he trobat es dedica a publicar memes intencionalment, i a través de l'estratègia intencional-mèmica identifico que tal pàgina publica memes amb tons irònics i fent molta referència a la cultura internauta de la comunitat mèmica (veure memeverse), per tant em puc esperar un meme sarcàstic o que conté un inside-joke d'una comunitat en concret; sé també que usa el template de Drake ja que n'identifico l'estructura i que aparentment les referències que conté són les de la sèrie de Bob esponja i el seu remake. Amb tot això, si hagués d'exposar quina proposició pictòrica se'ns apareix,*

*diria que se'ns està enunciant que el remake de la sèrie hauria de generar rebuig mentre que la sèrie original és objecte apreciat.”*

Un diagrama complementari va sorgir per situar un meme segons el paràmetre de “avantguardisme”/simplicitat (referent quant de complex és l'estructura de la broma, si hi ha jocs lingüístics, ironia, banalització de l'humor) i el de optimista/pessimista (quina emoció polar genera el meme, és a dir si és una reflexió positiva o negativa del meme que s'està exposant):



*No s'ha descrit mai una estratègia, com per exemple s'ha fet en l'anàlisi d'obres d'art, per analitzar memes abans. Al cap i a la fi, el que un individu pugui arribar a entendre no només un meme sinó com comprendre'ls, és qüestió de pràctica i de comparar diferents memes; i una de les parts més importants és entendre i conèixer dins l'àmbit dels memeverse a partir de pàgines i de creadors de memes que enriqueixen el memeverse amb noves imatges. Considero que he establert una estratègia des de zero per comprendre (a nivell analític) com es compon un meme i com*

*s'encripten les bromes en ells. Només m'agradaria afegir una cosa més al treball ja que al usar el mot referències ens pot venir al cap el nostre amic Frege. El mot "referències" en la comunitat mèmica sorgeix d'un meme en si que es va fer de les persones que no entenen en un principi un meme. Quan sabien quina era la broma rere el que hem establert que són les referències, els missatges de "he pillat les referències" es va fer viral fins que el problema (no formal del template tot i que seria una possibilitat que el fet de desconèixer un template sigui un problema de referències [meme] també) va esdevenir la paraula que es faria servir per identificar aquests agents que doten de sentit el meme: les referències. Tot i que tampoc voldria entrar en una discussió sobre les referències freguenianes, es poden establir paral·lelismes: un meme pot tenir unes referències desconegudes, semblaria un conflicte semblant al plantejat en l'obra de Frege nombrat paradoxa de la identitat (falta cita). Però en el cas dels memes només hi hauria el desconeixement de les referències i no una tensió entre els sentits que comparteixen referència. Així mateix no s'ha de confondre les referències dels memes amb els sentits fregenians (Frege, 1892); les referències (meme) només doten de sentit singular al meme; és a dir singularitzen quin o quins són els protagonistes del meme.*



## L'argument mèmic

### Del meme a la societat mediada per imatges

#### I. El meme com a imatge<sup>10</sup>

En aquesta primera aproximació al meme qüestionaré quin estatus tenen com a imatge, és a dir, quin tipus d'imatge és un meme. Són imatges transmeses per Internet, que captem per vista, i oïda si són imatges àudio-visuals. Amb la teoria de Mitchell present a l'hora de tractar les imatges, descriuré quines característiques concretes tenen els memes per tal de donar evidències que es tracta d'un paradigma en el món de les imatges interessant. Considero que hi ha una diferència entre l'experiència d'observar un meme i l'experiència d'observar qualsevol altra imatge (d'Internet o no) ja que a l'hora d'analitzar un meme es

---

<sup>10</sup> (Mitchell, 1984) Aquest apartat seguirà el text *Qué es una imagen?*, del teòric de l'art William J. Thomas Mitchell.

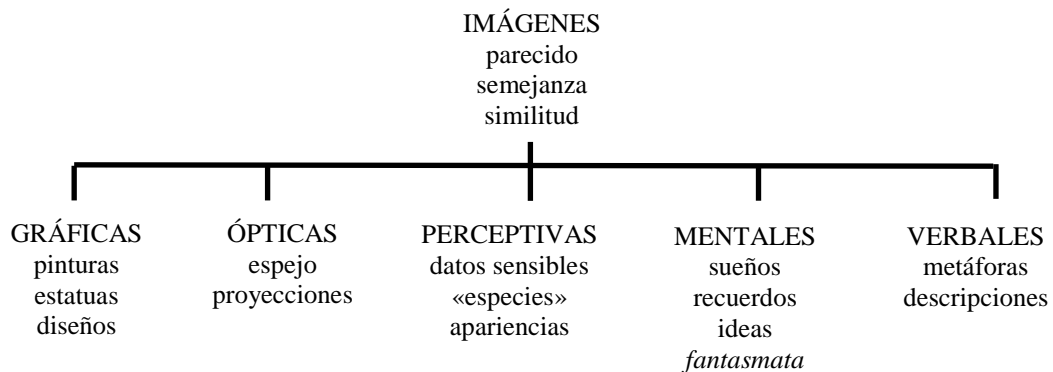
necessiten d'instàncies mediadores concretes (veure annex Figura 3 **templates** i **referències**) per donar-les-hi sentit. És una imatge que considero que actua a dos nivells: un físic (gràfic), és a dir un artefacte; i un mental (idea). Relacionant-se de manera diferent amb l'individu com explicaré més tard.

Un dels primers problemes que ens podem trobar al discernir entre tipologies d'imatge és el trobar un component unitari, una regla universal, que determini quan una cosa és una imatge i quan no<sup>11</sup>. Una altra opció és entendre les imatges tal com les entén Mitchell:

Podría ser mejor, en un principio, considerar las imágenes como una amplia familia que ha migrado con el tiempo y el espacio y en cuyo tránsito ha sufrido profundas mutaciones.  
(Mitchell, 1984: 110)

Hauríem de tractar, doncs, les imatges no com a quelcom estàtic sinó com allò similar a un actor en un escenari històric, imbuït en un caràcter llegendari que participa d'una història paral·lela i que amb el temps els individus hem usat per comprendre el món que ens envolta i donar-li sentit . (Mitchell, 1984:109),

La família d'imatges que proposa Mitchell és la següent<sup>12</sup>:



(WJT. Mitchell, 1984; *Arbre familiar de les imatges*,  
gràfic, extret de *¿Qué es una imágen?* )

A priori un meme podria tractar-se tant d'una imatge òptica (ja que està projectada en una pantalla), però com desenvoluparé en aquest apartat; podria ser considerat com una imatge perceptiva, gràfica o inclús mental depenent des d'on s'analitzi el meme. Pel moment, la primera divisió per concebre hauria de ser entre les imatges mentals i físiques (les que es capten pels sentits).

El meme-artefacte és una imatge editada intencionalment (un disseny on es manipulen una o vàries imatges gràfiques) que els usuaris es transmeten per Internet amb la pretensió d'explicar quelcom, fent humor al mateix temps (annex gràfic figura 1). A simple vista hom podria agafar un meme i intentar, sense experiència prèvia, entendre què transmet. Essent necessària una experiència prèvia amb el concepte d'imatge per tal d'entendre o almenys intuir què és una imatge (Mitchell, 1984: 119), els memes també necessiten algun tipus d'experiència prèvia. Doncs, tractant-se d'un meme, l'individu necessita l'experiència prèvia i la noció de les dues unitats que conformen el meme: els templates i les referències. Per tenir experiència de les instàncies és necessari haver observat diferents memes, l'individu amb la pràctica de transmetre i rebre memes acaba essent capaç d'identificar els templates i les referències com a unitats separades del meme en si per poder fer-ne una lectura (annex gràfic, figures 2-7).

Els templates han de ser considerats com a models (veure annex Figura 3 **templates**) de memes. Són cadascuna de les plantilles que s'omplen amb diferents referències per tal de crear el meme i amb això transmetre quelcom idea. Mentre que les referències s'usen per identificar l'objecte o entitat que duu a terme una certa acció o que està en un estat concret; els templates determinen quina és l'acció o l'estat concret en el qual es troba les referències. A l'hora de construir un relat, els memes usen el template per a crear una analogia del que es vol expressar amb una imatge (editada) diferent.

Un meme planteja una situació que normalment va acompanyada d'una tonalitat humorística i en alguns casos irònica o sarcàstica. Els templates al determinar quina és la situació que es planteja en el meme es pot concebre (tal com exposaré a continuació) com una imatge mental. Així mateix, si el meme és considerat com un gènere de coses, els templates haurien de ser concebuts com a espècies<sup>13</sup>. Aturem-nos a veure la concepció de les imatges mentals per Mitchel.

L'autor busca defensar en tot moment que a les imatges mentals se'ls ha de treure de la seva "foscor metafísica" i se l'ha de situar al mateix nivell que les imatges físiques, com a eina de comunicació. (Mitchell, 1984: 116-117) Argumentar que les imatges mentals són, en essència, les representacions o reconstruccions que nosaltres fem del món permet una lectura funcional de les imatges i se'ls treu una càrrega metafísica que s'ha usat prèviament per defensar llenguatges universals (Mitchell, 1984: 116). Pensar les imatges mentals com un seguit de models que fem de la realitat dins el nostre cervell, fruit de l'observació, nega la condició a les imatges (en les quals s'inclou la verbal) de ser el mirall de la realitat. (Mitchell, 1984: 129-130). Aquest hauria de ser un punt molt a tenir en compte durant el treball ja que la nostra societat sempre s'ha valgut, no només de les imatges, sinó d'aquesta dinàmica de construir imatges i atribuir-les un significat unívoc per tal de que unes prevalguin sobre les altres; i ha generat una pràctica entorn a imatges que en el fons no creen impressions sinó que determinen un conjunt d'atributs:

Este tipo de "imágenes" [referint-se a les formes o imatges que es comporten com a espècies] podrían entenderse también como meras listas de predicados que enumeran las características de una clase de objeto (Mitchell, 1984: 139)

Contra la concepció de les imatges mentals i verbals com a mirall de la realitat, existeix una basant no-pictòrica de les imatges mentals que és descrita per Mitchell a partir de la discussió religiosa dels ídols; una basant que pot explicar el comportament entorn les imatges de la societat actual. Fent una

---

<sup>13</sup> Metafísica 10, I, 1052a-1059a

lectura que passa per Maimònides i Milton, l'actor exposa que en occident les societats religioses han mantingut tensions entre els idolatres i iconoclastes des de que van sorgir les primeres imatges religioses físiques; aquestes tensions han marcat la lluita entre aquest conjunt de predicats de semblança que defineixen l'objecte i la possible representació visual d'aquest, determinant la història d'occident entre l'acceptació i el rebuig de les imatges (Mitchell, 1984: 140-142).

Les referències poden ser contemplades com allò que dóna contingut al template. Són les encarregades de indicar el contingut del template, ser els protagonistes de l'escena concreta que descriu. Les referències poden estar representades com a personatges (normalment la cara o el bust) però també com a imatges verbals, és a dir, paraules. Tals referències es situen en el template oferint un discurs nou al template. Es troben en el meme-artefacte representades visualment però la consciència és la que les identifica i les comprèn com un llistat d'atributs concret. Si tenim en compte els dank memes; les referències impliquen altres memes o altres construccions prèvies que n'han establert els atributs, el relat de les quals va lligada a l'univers mèmic (veure annex **memeverse**). Lo que Maimònides nombra forma natural, és a dir, allò que compon la realitat de l'objecte i el determina, com per exemple un arbre (Mitchell, 1984: 137); pot ser aplicat a les referències tenint en compte que aquestes estan incorporades editant el template per tal de senyalar que en l'escena hi ha tal o qual actor o agent implicat; inclús la mateixa noció de haver tingut experiència amb el template hauria de ser entès com a referència (annex gràfic figures 8 i 9). Com més avantguardistes (en sentit d'edició i de complexitat teòrica) siguin els memes més difícil seran d'identificar les referències. Hi ha un punt en la història dels memes en el qual la forma, les referències, els templates, els jocs interns i demés aspectes del món dels memes es dilueix o són usades en si mateixes per meta-humoritzar sobre els memes.

Aquestes dues instàncies mediadores s'identifiquen en el meme-artefacte i permeten determinar quina imatge, idea mental o idea-meme que s'inscriurà en la ment de l'individu, s'està transmetent. És la conclusió a la qual l'individu hauria d'arribar després de rebre el meme; si l'individu té clar quin és el

template i les referències que es mostren en el meme-artefacte, la lectura d'aquest a partir de tals instàncies portaria a identificar una idea concreta. La idea que es vol transmetre es materialitza en un meme-artefacte que codifica la idea, el meme-idea, a partir de templates i referències. La seva transcripció es pot fer des del que s'exposa en els annexos com a estratègia mèmica (veure annex Figura 3 **estratègia mèmica**). La imatge mental final, allò que es vol transmetre, es pot considerar com el meme de Dawkins: aquell agent replicant que comporta una unitat de transmissió cultural (Dawkins, 1967: 218). Aquest (meme dawkinsià, meme-idea, idea) se li dóna forma de meme-artefacte per a poder ser transmès. Tot i això, no s'ha de confondre les referències amb la idea mental o meme-idea; el meme-idea “usa” les referències per poder ser transmès (annex gràfic Figura 10).

El meme actua a dos nivells: el meme-artefacte i el meme-idea. El meme-idea és aquella imatge mental (aquella idea) que es vol transmetre a partir d'un meme-artefacte. Un meme-artefacte és una imatge editada a partir de tecnologies digitals (usant altres imatges), un disseny, per tant una imatge gràfica. Aquest artefacte està compost per imatges perceptives (dades, informacions o espècies) que medien entre l'artefacte (dotant-lo de lectura) i el meme-idea: els templates i les referències. I tal artefacte es troba projectada en una pantalla (imatge òptica). S'estableix un nou paradigma on una imatge comporta diferents nivells d'anàlisi, cadascun dels quals tenen una interacció diferent amb els individus i que comportaran una lectura diferent en la relació de la societat i les imatges.

## II. El meme com a imatge en relació a l'individu<sup>14</sup>

Un cop considerat quin estatus d'imatge té el meme, passaré a comentar com les imatges es relacionen i es transmeten entre els individus sota el marc teòric de Belting. Tel teoria iconològica pren com a objectes de crítica la tríada cos, imatge i medi (*image, body and medium* en la traducció anglesa) per comprendre la relació que es dóna entre les imatges i els cossos; els individus sota un paradigma performatiu i alhora receptor d'imatges (Belting, 2011: 302).

Comporta una lectura més polititzada de les imatges ja que les inscriu en unes dinàmiques en relació al cos i al medi, tenint en compte les imatges en l'era digital. En aquest apartat descriuré com el meme, entès com a imatge, s'inscriu dins d'un medi i com aquest interactua amb els individus.

L'ordre d'aquest apartat consistirà en un primer apropament a la descripció teòrica que fa Belting de cos, medi i imatge. Un cop descrits els tres conceptes exposaré com aquests es relacionen i com els memes actuen com a imatge en aquesta tríada. L'objectiu és esclarir quin potencial tenen els memes en relació amb els individus i el seu medi, l'Internet.

---

<sup>14</sup> (Belting, 2011) Aquest apartat seguirà el descrit en el capítol *Image, Medium, Body: A new approachment to iconology*. Destacaré l'anàlisi dels tres conceptes claus que conformen el títol de l'obra de Belting i la seva relació amb els memes i amb els individus que transmeten i perceben tals.

Belting entén aquesta tríada de conceptes que giren entorn a la Iconologia, sota un sentit general però amb quelcom anotacions en cadascun d'ells:

El medi fa el paper d'agent pel qual les imatges poden ser transmeses, mentre que el cos tant pot ser performant com perceptor d'imatges (Belting, 2011: 302). Per tant, el medi és la forma que adoptarà la Imatge per a ser transmesa, sigui en forma de llenguatge (imatge verbal), o qualsevol altre tipus d'imatge que pugui ser captada pels sentits.

Comparteix l'idea amb Mitchell de que les imatges depenen de quelcom entitat (consciència en el cas de Mitchell, cos en el cas de Belting) per a existir, és a dir, existeixen en tant que són perceptibles i funcionals pels individus a l'hora de representar la realitat usant la imaginació. I si bé és cert que Belting tendeix a dotar les imatges d'una existència més personificada (no diu exactament que existeixin sinó que diu que passen, *happen*; com si fessin presència davant de l'espectador), és de necessitat per l'iconologia inscriure en un marc multidisciplinari una teoria que contempli el massiu bombardeig d'imatges pels mass media<sup>15</sup>. Un estudi simplement arqueològic de la imatge no pot contemplar les dinàmiques de la contemporaneïtat (Belting, 2011: 303).

El medi pel qual es transmet el meme és la xarxa, concretament les plataformes digitals. El cos que performa la imatge és la pàgina o usuari virtual encarregats de transmetre el meme ja sigui en el *feed* personal o directament a un altre individu; el cos que rep la imatge és l'individu que a través d'un suport tecnològic amb capacitat de connexió a Internet pot accedir a tals imatges digitals que apareixeran en una pantalla. Pel que fa a la imatge: considerem de moment que ens referim al conjunt del meme allò que està essent transmès (el meme-artefacte i el meme-idea). Com que m'interessa exposar com estan relacionades les imatges parlaré en aquest apartat del meme en sentit ampli com la imatge que

---

<sup>15</sup> (Belting, 2011: 303) L'anàlisi de les imatges en les teories modernes, exposa l'autor, han deixat de tenir tanta importància en l'art com a tal i han centrat el discurs en les imatges de l'art visual. Aquest moviment sorgeix davant del bombardeig i l'exposició constant a les imatges que te la societat en l'era tecnològica.



entra en relació amb el cos i el medi. Aquests tres conceptes estan relacionats en tant que es necessiten per esdevenir: el medi no deixa de ser la forma com transmetem una imatge (sigui el tipus d'imatge que sigui), el medi depèn de les imatges (o quelcom que es vulgui transmetre) per a ser usat; de la mateixa manera sense medi (la forma) les imatges no es podrien transmetre. I res d'això anterior no seria possible, tal com hem dit anteriorment, si no hi hagués una consciència encarregada de consumir, inscriure i transmetre imatges per entendre i comunicar el món.

Belting veu necessari que la iconologia consideri les imatges pròpies de l'art visual i digital perquè el caràcter polític que prenen les imatges en el segle XXI s'inscriu de ple en un canvi generacional on les relacions de poder i on les super-estructures han pres com a medi transmissor d'imatges l'Internet. Entendre com estan relacionats aquests tres espais destinats a la transmissió de les imatges ens permet comprendre el poder de les imatges vers l'individu i consegüentment en la societat. L'anàlisi ha de passar, però, pel nou paradigma que hem plantejat a partir dels memes: establint quin és el cos perceptor i el cos performador d'imatges en el cas dels memes i altres imatges virtuals, així com determinar com els dos nivells en els quals es desenvolupen els memes entren en aquesta dinàmica. Un re-plantejament de la triada relacional dels conceptes de Belting a partir del paradigma dels memes i dels individus a la xarxa. Seria possible que els memes siguin en si mateixos un medi segons el nivell d'actuació?

Els medis competeixen de manera involuntària per a ser els primers en inscriure una imatge mental a la ment dels individus (Belting, 2011: 305). I cal considerar que un cop l'individu ha inscrit la imatge en el seu pensament, tal imatge prescindeix del medi per a ser recordada; estem tant concentrats en la imatge que es pot valer per ella mateixa (Belting, 2011: 305). Les imatges i els medis en aquest sentit estan sota pressions selectives i s'adscriuen en les categories de fidelitat, fecunditat i longevitat que planteja Dawkins.

Per exemplificar la competència dels medis imaginem-nos una escena: Trump té tres testicles. Aquesta imatge (una idea a transmetre) necessita inscriure's en un medi per a ser transmesa. Els medis podrien ser: la paraula

parlada (el boca-orella), la paraula escrita (diaris físics o virtuals), la imatge (una foto que evidencia el fet), una imatge audio-visual (les notícies), etc. Els memes són a hores d'ara tant virals que podrien ser un medi en si mateixos. Quan passa quelcom en relació a la societat, la comunitat de consumidors i transmissors de memes ofereixen diversos meme que expressi amb l'humor el que ha passat. Ja no és una imatge més entre les imatges, és una imatge qualificada com ho ha estat els anuncis (que al cap i a la fi també són imatges). Juguen a un altre nivell ja que se'ls considera per la seva naturalesa i no per ser només una imatge; i de memes se'n fan moltíssims per la xarxa al llarg del dia.

Tenint en compte que les imatges, un cop inscrites en la ment, prescindeixen del medi per a ser recordades; de les imatges es pot dir el què més fàcilment que el com, el com fa referència al medi usat a l'hora de transmetre la imatge (Belting, 2011: 304). Del conjunt del meme se'n recordarà alguns, o tots, els aspectes ja que estan separats i units alhora: el template, les referències, l'artefacte, la idea. Però sempre tenint en compte que la idea serà allò que s'inscriu majoritàriament en la ment i que es tendeixi a recordar millor ja que no depèn del medi.

Analitzem ara com el cos està constituït sota aquesta doble dinàmica (activa i passiva) de performar i captar imatges.

La transmissió de les imatges es fa per mitjà d'un medi que connecta la imatge amb el cos, i són necessaris els sentits per captar les imatges. És només a partir d'experimentar la corporalitat, és a dir, al tenir experiència del cos; que es possibilita el dotar de vida als medis i per així captar i donar significat a les imatges que es transmeten pel medi (306). El nostre cos compta amb tots els sentits per captar les imatges i la imaginació, la ment, la corporalitat; dóna vida als medis per a poder a partir de l'experiència inscriu tals imatges i els hi dóna un sentit en la ment. Un exemple que proposo per veure quin paper tenen els sentits a l'hora de crear imatges el trobem en un famós producte: la Nocilla. La cantarella (*jingle*) és una imatge sonora que usa el medi àudio, una melodia o cançó, que al ser captada pel sentit de l'oïda inscriu la imatge del producte. Potser la imatge gràfica de la Nocilla és més dèbil que altres productes, però aquesta imatge

auditiva s'ha inscrit en la ment dels qui han estat bombardejats amb la cançó de l'spot publicitari. Tenint en compte que es tracta d'una cantarella no massa complicada de memoritzar, qualsevol persona podria cantar la cançó mentalment sense tenir el medi. El cos on s'escriuen les imatges és considerat el cos perceptor a diferència que el que les transmet, que és el performador.

El cos com a performador d'imatges és considerat per Belting com un medi vivent (*living medium*) ja que tot i ser corpori i no un agent com el llenguatge o la pintura, possibilita la transmissió de les imatges (Belting, 2011: 311). Els cossos no es mantenen immutables del tot quan estan bombardejats per imatges; els cossos estan configurats a partir d'una cultura concreta i connectats amb l'entorn visual. Els cossos perceptors tenen els seus propis mecanismes de censura, atenció, memòria i projecció d'imatges per tal de moure's en aquest entorn mediat per la cultura visual (Belting, 2011: 311). En aquest sentit, la tradició cultural iconofílica que impera en la nostra societat ha obligat als cossos a estar constantment mediant les imatges del seu entorn i, un cop aplicats aquests mecanismes de memòria, censura, etc. Els individus performaran, usant com a medi el seu cos, certes imatges les quals vol transmetre. Convertint el cos en un medi vivent, dotant-lo de vida. Les conseqüències d'aquesta doble dinàmica del cos va molt més enllà de reconèixer que com a cossos inscrits en un entorn guiat per imatges acabin performant imatges. El gran problema de la societat actual és la necessitat i quasi obligació de consumir i performar imatges, la pressió per a crear una identitat virtual en base a arquetips construïts pel mercat i el sistema capitalista occidental; i el perill de les dues dimensions del cos.

El problema en l'Internet sorgeix quan apareix un cos performador d'imatges que acapara tant l'atenció en base a les imatges que performa que oblida la seva pròpia corporalitat i passa a ser només medi performador: dedicat a transmetre imatges. Belting exposa com les imatges estan de manera present en els medis, existeixen en ells, però que el que representen és l'absència de l'objecte que representa; performen l'absència fent-la visible (Belting, 2011: 312-313). Un cos que no experimenti la seva corporalitat i que es dediqui només a performar imatges es converteix en quelcom representatiu, un medi que viu per poder fer

presentes les imatges; i cada cop és més difícil diferenciar el cos performatiu del cos corpori. Si jo menciono el nom de Rubén Doblas possiblement ningú el reconegui, però si dic que aquesta persona és l'encarregada de donar vida al Youtuber Rubius (23,5 milions de seguidors a la plataforma Youtube) la cosa canvia molt. El medi de les xarxes socials obre un espai on les personalitats més famoses esdevenen medis vivents i desvien l'atenció del seu propi cos cap a les imatges que performa. El cos encarregat de dirigir la identitat artificial no és el mateix que la identitat artificial ja que aquesta construcció (aquest medi viu) existeix en tant que performa un seguit d'imatges. La capacitat d'abstracció de les tecnologies visuals incapacita moltes vegades veure la relació entre les imatges i el seu model real (Belting, 2011: 313).

Aquest flux d'imatges entre cossos té un impacte en les relacions socials i les relacions de poder més gran del que l'educació ens ha ensenyat. Belting cita a l'autor americà Régis Debray per mostrar el nexa entre política i imatge:

“La política de les imatges, de fet, supera la mera explotació de les imatges visuals. Debray insisteix en el terme transmissió més que el de comunicació ja que la transmissió implica algú que vol exercir el poder i controlar la circulació de les imatges [*establint-ne jerarquies*].” (Belting, 2011: 310. trad. pròpia.)

Si tenim en compte el poder que ha tingut les imatges al llarg de la història i iniciem un anàlisi sota la teoria foucaultiana del poder, considerant la imatge com a *mecanisme infinitesimal* (amb una història pròpia i una tècnica): veiem com aquesta ha estat digitalitzada (en aquest sentit, transformada, desplaçada) a la xarxa virtual (Belting, 2011: 145).

El medi virtual augmenta la velocitat, capacitat i abast de la Imatge quan és transmesa; això l'ha permès esdevenir un fenomen que actua a qualsevol esfera de la societat mentre se'n tingui accés. Segons un anàlisi del portal d'anàlisi

i estudis estadístics *Statista*<sup>16</sup>: el nombre d'usuaris connectats a la xarxa l'any 2016 superava els 2 bilions, i el nombre de minuts connectats ha passat de 90 al dia l'any 2012 a 135 al dia l'any 2017. Això comporta molts cossos performant i consumint imatges, i el motor són els mateixos individus quan usen com a medi l'Internet. La competència de les empreses de màrqueting és més ferotge quan es parla del màrqueting virtual ja que és el medi que permet l'augment més exponencial de transmissió, en qualitat i quantitat, d'imatges. El que destacaria Foucault és que en aquesta esfera quotidiana de la vida social en línia és on precisament es troba aquest *mecanisme infinitesimal* i, com veurem més endavant, pot ser usat per fer humor, compartir música; o pot ser colonitzat, investit, doblegat per mecanismes més generals i formes de dominació global (Foucault, 1979: 145).

Considerem les característiques de transmissió segons el punt de vista de Dawkins: *fidelitat, fecunditat i longevitat* (Dawkins, 1967: 220). Si les imatges són enteses com unitats culturals que es poden transmetre: els mecanismes de poder i les elits tendiran a transmetre imatges simples perquè siguin fàcils de recordar, fàcils d'entendre per poder perdurar el major temps i poder ser transmeses a més individus. I també buscaran usar el medi més factible i productiu (essent els memes un candidat molt potent). Per tractar el medi del llenguatge considerem el que diu Mitchell sobre les imatges verbals, és a dir, la paraula. La paraula (una imatge verbal) porta la imaginació a generar una imatge mental que es correspon amb l'objecte del qual la paraula n'és una metàfora, un grafisme. D'aquesta manera es pot fer una cadena cognitiva que uneixi l'objecte representat amb la paraula; fent possible així un procés de metàfora per poder-nos evocar mentalment a l'objecte a partir de l'experiència primera amb l'objecte (Belting, 2011: 125). Pot semblar molt evident si tenim en compte paraules com *pilota*, però quan es tracta de paraules com *home* o *dona*; la càrrega política, ideològica i significativa que poden tenir les imatges, ja siguin imatges verbals (textuals) o gràfiques. Si tenim en compte la capacitat de la imatge per ser recordada sense el medi un cop ja ha estat captada i inscrita en la ment de

---

<sup>16</sup> <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>

l'individu, i aquest actua com a medi vivent usant el seu cos per a performar tal imatge; és molt fàcil pels mecanismes de poder i institucions fer transmetre satisfactòriament una imatge per Internet. Hi ha aplicacions que a hores d'ara permeten transmetre la mateixa imatge a múltiples persones, permetent una transmissió exponencial. I en termes de política, Trump (55 milions de seguidors a la plataforma Twitter) ha introduït el poder tant perfectament dins el medi virtual que ha arribat a posar en perill real a periodistes a través dels múltiples i continus atacs mediàtics, segons *The guardian*<sup>17</sup>. En aquest punt es pot veure un dels problemes de la doble dimensió dels cossos.

Belting reconeix que els conceptes de *representar* i *percebre* imatges estan actualment lligats a la política. La càrrega simbòlica que pot ser transmesa per un medi, gestionada per una autoritat qüestionable, pot portar un ús polític de les imatges el qual hauríem de tenir present quan fem tals actes de representació i percepció (Belting, 2011: 310). Analitzar el medi el qual genera la imatge ens pot portar, si es fa una rastreig genealògic, a l'origen d'aquest medi i entendre quin és l'ús que dóna a les imatges; i quina intenció té al transmetre-les.

Al aplicar el rastreig sobre els memes i preguntar-nos sobre el seu origen podem trobar un ús que encara es manté actualment i trenca amb la dinàmica més gregària de la societat virtual entorn les imatges. Tals com està indicat en l'annex 2, els memes van sorgir com a pràctica dins les sales de xat i fòrums virtuals de transmetre imatges de caire humorístic adoptant la forma del que més tard es dirà meme (veure annex). I la intenció que pretenien les persones performants de imatges en forma de meme era exposar quelcom opinió sobre un aspecte de la realitat; realitat compartida pels demás usuaris de la plataforma comunicativa. Els usuaris que compartien memes en les plataformes volien explicar de forma divertida quelcom que els hi passava durant el dia o quelcom opinió que tenien vers alguna persona famosa, lloc, etc. Els memes generaven un sentiment d'empatia cap allò que s'intentava explicar amb humor. S'ha de tenir en compte que la generació que va crear els memes i la que els ha portat a la resta de

---

<sup>17</sup> <https://www.theguardian.com/us-news/commentisfree/2018/aug/04/donald-trump-war-with-media-deadly-implications>

la població, tenien entre 12 i 16 anys i per quan es van fer virals els memes ja havien assolit la majoria d'edat (annex 2 la generació mil·lènial).

El meme va sorgir com una eina comunicativa, així com expressió artística ja que en si implica una tècnica i un públic; i els temes sobre el que es feien memes han canviat i mutat al ritme que ho ha fet la generació. Es pot veure com els temes centrals dels memes i la seva maduresa teòrica i humorística-estètica ha canviat amb el pas dels anys (annex gràfic Figures 11 i 12)

El fet d'usar l'humor com a eina comunicativa i no només per l'humor en si pot ser entès perquè tal generació ha tingut la novetat de l'Internet i han pogut establir comunicació cada cop més sofisticada des d'un punt de vista infantil o adolescent amb altres individus de tot el món, de diferents pensaments, cultures, etc. Si en si l'Internet va ser creat per el trànsit més eficaç, més ràpid i entre més distància (apart d'altres eines i aplicacions digitals per facilitar i agilitzar la feina material) d'informació; era d'esperar que si els usuaris d'aquest es trobaven entre la infància i l'adolescència: l'humor i la sàtira era lo més adient per a transmetre d'una manera més empàtica el que es sentia, i es sabia que hi hauria altra gent que com tu pensava el mateix (si tenim en compte que hom escull els amics que vol, també en l'Internet). La ficció és més amable que la realitat i tal generació vivia entre la realitat i la virtualitat (on es construïa la ficció).

La generació Y, la precedent a la X (la babyboom) ha usat els memes i l'humor com a eina comunicativa ja que en l'Internet també es trobava la narrativa, la ficció i l'entreteniment; i si es podia fer servir per comunicar millor. Tal generació és la que usa la ficció dels memes per representar i donar sentit a la realitat, ja que és menys dolorosa i permet fer-ne humor. Aquest aspecte no només passa amb els memes sinó que l'humor i la sàtira està a l'ordre del dia en les xarxes socials.

Un punt clau que permet veure quan tal generació va madurar en un moment concret la manera de fer memes, fent-los més avantguardistes, més crítics, més complicats d'entendre; ho trobem en els Dank memes. Un cop els memes van arribar a plataformes d'accés més general com Facebook o Instagram,

va haver una nova onada de macro-transmissió de memes que va fer que el model clàssic de meme (que consisteix en una imatge amb un text, normalment dues frases, superior i un inferior) perdés la gràcia, es desgastés. Aquests primers memes, molt senzills en comparació amb els que es fan actualment, es van estendre i transmetre per la xarxa. Allò que va començar a les xarxes i que correspon al col·lectiu *freak*, va ser transmès perquè era nou, desconegut i fins un punt senzill d'entendre quan va passar a ser viral. No hi havia novetat, no hi havia dinamisme; no es creaven nous memes o els nous eren una còpia d'algun anterior, modificat en algun aspecte concret. Ja no es plantejava fer-ne un ús com a llenguatge sinó només usar-lo com a vinyeta humorística on la gràcia ja s'havia esgotat al haver estat prèviament transmesa. Imperava una acumulació de imatges que esgotaven qualsevol sentit. Un nou paradigma en la manera de fer els memes va sorgir, lligada a totes les tendències post-modernes, tant artístiques com filosòfiques. Es podria fer una analogia tant de la producció com de la teoria entre els memes i l'art en el sentit de que hi ha una superació (un progrés) en els memes de la mateixa manera que hi és en l'art:

“Dank Memes” és una expressió irònica per referir-se a les imatges i els acudits dels mitjans de comunicació virals que han esgotat el seu valor còmic fins al punt de ser banals, tòpics o un clicé. En aquest context, la paraula “dank”, originalment encunyada com a terme de marihuana d'alta qualitat, s'utilitza satíricament com a sinònim de “guai”.

(Caldwell.D(2016-2019).Knowyourmeme;  
Manhattan:<https://knowyourmeme.com/memes/dank-memes>)

Un dels moments en el qual els dank memes es van fer populars, essent imatge de mofa de la ambigua moral de la societat a les xarxes i demés actituds alienants, gregàries, de la societat: el cas Harambe. Harambe era el nom que tenia una goril·la del zoo de Cincinnati (EUA), morta de bala l'any 2016 per



un dels treballadors del zoo; el qual va protagonitzar un dels esdeveniments que més moviment a les xarxes ha generat els últims anys, essent el meme de l'any 2016 segons el diari americà Vox<sup>18</sup>. La comunitat mèmica i les xarxes en general van veure com la societat es va prendre aquesta notícia i va fer un drama quan aquesta és la primera en anar als zoos, a contaminar i no fer res, sé que és una generalització però el fet de que es vagi fer mostra com funciona el sensacionalisme en la societat (que també es pot transportar a la política). Això va portar els fòrums i plataformes virtuals dedicades a publicar memes a fer una sèrie de memes sobre Harambe. Tals memes mitificaven de forma irònica la figura de la goril·la com si d'una religió èpica es tractés; i es va anar adoptant la tendència de crear figures sacres dins el món dels memes; parodiant la tendència que ha tingut la història de la humanitat de crear figures mitològiques, mites, relats, etc. Aquests memes fan la funció de impossibilitar la còpia a base de publicar molts dank memes que en si expressen ironia, sarcasme, sens-sentit, crítica cap a les construccions de la societat que més endavant en el tercer apartat nombrarem societat de l'espectacle. Encara que sigui de manera irònica i sobretot sarcàstica, existeixen figures que es contempen dins la comunitat com “figures il·lustres” de la cultura mèmica; la prova és que si tals figures fan referència a una persona, humana o no, al morir en la vida real es fa el ritual a les xarxes d'inscriure'l/la en una espècie de cel de memes (annex gràfic figures 13-16)

El que es coneix com a memeverse és la constel·lació de figures, imatges, templates i demás disposicions que s'ha usat en el món dels memes i que s'ha viralitzat fins al punt d'esdevenir quelcom part del folklore de la comunitat mèmica de creadors i consumidors de memes. Els dank memes busquen ironitzar i fer mofa de conductes de la societat entorn diferents aspectes: creació de litúrgies, desgast de l'humor, banalització de l'humor, alienació política, contradiccions morals, etc.

Es pot fer memes de molts temes: de política, d'esports, d'història,

---

<sup>18</sup> <https://www.vox.com/2016/11/9/13572332/harambe-write-in-votes-election>

de cuina, etc. I la manera com els memes han madurat, adoptant tonalitats satíriques, iròniques i fins un punt bizarres o estranyes; els ha convertit en una imatge comunicativa que usa de medi l'humor gràfic i que pot tenir un punt crític.

Actualment els memes no són exclusius dels fòrums, ni de Facebook o Instagram; sinó que han passat a les altes esferes. Es fan memes sobre presidents, es fan memes sobre problemes de la realitat socio-política. Els memes també són imatges i també poden ser usades pels mecanismes de poder per a transmetre ideologies concretes, com es veurà més endavant; també es poden fer memes racistes, xenòfobs com sempre hi ha hagut acudits políticament incorrectes, racistes, masclistes o classistes (annex gràfic Figures 17, 18 i 19).

La reflexió que s'ha de fer d'aquest apartat gira entorn a la divisió del cos i del meme entorn a la relació proposada per Belting. La idea-meme, materialitzant-se com a meme-artefacte en el medi de les imatges virtuals; pren la forma d'un tipus d'imatges que en si són un medi ja que comporten un llenguatge concret. S'ha de tenir una experiència en aquest tipus d'imatge per reconèixer la seva unitat i donar-les-hi sentit tal com exposava Mitchell. El cos que performa els memes en forma d'imatge és un medi viu ja que possibilita també la transmissió d'imatges i, tenint en compte que l'objectiu d'un meme és transmetre una informació, el cos al transmetre memes apart de fer humor també està comunicant. Tal cos pot arribar a desdibuixar-se del medi vivent i esdevenir només cos performador, perdent tota corporalitat real i esdevenint una creació artificial dedicada a transmetre imatges. El cos que rep les imatges atribueix significat i experiència a tals gràcies a la consciència i la imaginació i en aquest sentit té la capacitat de buscar en la imatge l'objecte original que representa; per tant l'únic que permet mediar la inscripció de les imatges en la ment de l'individu.

### III. El meme dins la societat de l'espectacle

En aquest capítol final establiré un lligam entre les dues obres de Guy Debord<sup>19</sup> referents a la societat de l'espectacle, i com el meme entra en la dinàmica plantejada a les obres. Essent la pràctica de transmissió de memes una activitat de l'individu que podria trencar amb la dinàmica que té la societat actualment entorn les imatges, és a dir; un punt de fuga possible a lo que l'autor denomina la societat de l'espectacle. Si el que s'exposa a l'obra de l'autor entorn les imatges és aplicable a la societat actual ens portaria a donar llum al component polític lligat a les imatges que té el fenomen meme. L'objectiu d'aquest apartat és que els memes puguin ser contemplats sota la mateixa matriu d'incomodació, del moure, del qüestionar, d'irrompre en l'espai públic: en un present virtual.

El primer que tractaré es troba en les primeres tesis del llibre de l'any 67, exposant un primer marc general del concepte de la societat de l'espectacle. Seguidament a mode de continuació, millor dit actualització, dividiré l'anàlisi del llibre del 88 en dues parts: un segon marc on es veurà l'anàlisi d'aquesta societat havent passat 21 anys entre els dos llibres, i una exposició de diferents conceptes analitzats a la segona obra. Tals conceptes són troncats en

---

<sup>19</sup> (Debord, 1967 i 1988) Aquest apartat seguirà dues obres del mateix autor Guy Debord: *La sociedad del espectáculo* i *comentarios a la sociedad del espectáculo*.

l'anàlisi i discussió socio-política contemporània, entre els quals es troben la democràcia, la història, la lògica, la ciència, etc. Establiré un nexa entre els conceptes i l'actualitat per exposar que realment s'està donant en la societat i en les xarxes i que per tant la societat de l'espectacle de no ha deixat de seguir el seu camí de manera unitària i amb accions reals (Debord, 1988: 15).

Finalment analitzaré com els memes presenten un punt de fuga en els mecanismes i la construcció de l'espectacle, tenint en compte que, com a llenguatge que és al cap i a la fi; també existeixen memes racistes, xenòfobs, classistes, els quals poden ser transmesos intencionalment pels encarregats de mantenir l'espectacle.

Com a punt inicial, curiositat potser, per començar a veure per on aniran els arguments de Debord. En algun moment de les dues obres l'autor fa referència al judici que fa Feuerbach sobre les imatges i que dicta que la societat<sup>20</sup> prefereix la imatge a la cosa, la copia a l'original, la representació a la realitat (Debord, 1967: 2).

Entre la quarta i la sisena tesi trobem exposat els punts principals que descriuen la societat de l'espectacle.

L'espectacle no és ni el conjunt d'imatges ni un abús del món visual. Es tracta de les relacions socials entre persones mediatitzades per imatges que ha generat una visió [representació] del món que s'ha objectivitzat; una *Weltanschauung* (cosmovisió) que ha arribat a ser efectiva, a traduir-se materialment . (4a i 5a tesis; Debord, 1967).

L'espectacle es contempla com allò que constitueix el model present de la vida socialment dominada. Forma i contingut d'aquest justifiquen les

---

<sup>20</sup> (Feuerbach, 1843) Refereix a la societat com *nuestro tiempo*, jo utilitzo la paraula societat intencionalment perquè si l'obra de Debord ha tingut una continuïtat almenys fins l'any 88 és que potser aquest temps s'ha mantingut fins els nostres dies si no ha canviat. La cita es troba referenciada en l'obra de Debord del 67 I correspon al prefaci a la segona edició de *La esencia del Cristianismo*.

condicions i finalitats del sistema, ocupant la major part del temps fora de la producció moderna. Esdevenint resultat i projecte del mode de producció existent. (6a tesis; Debord, 1967).

L'espectacle no només es constitueix com una activitat humana que es fa fora del temps de treball, marcant una dinàmica de labor-distracció similar al “pa i circ” romà . S'estableix en la classe dominada (tota aquella societat a la qual ens hem referit com la ciutadania *standar* moderna o aquell subjecte gregari de la societat capitalista), no com a filtre de la realitat, sinó sota la forma de única visió i vivència del món. Com aquells pensaments o idees que es suposen sense ni tant sols un mínim rigor de reflexió. La acumulació d'espectacles (no entesa com el conjunt d'aquests) es podria entendre, a parer meu, com la inscripció d'aquests en una temporalitat que aparenta tenir moviment però que crea un present de manera continuada. Cada any, tots aquells aspectes que podrien incloure's en una dinàmica espectacular, s'actualitzen en el temps. De manera que cada any hi haurà un nou contingut que ha actualitzat la seva forma o una nova forma que conté un contingut espectacular similar als anteriors: gires musicals, modes, conflictes polítics , la malaltia anual trobada en un punt de la societat, les competicions esportives, una nova edició de *Supervivientes*, etc. Aquest dinamisme temporal dels espectacles no dóna a la societat la sensació d'una unitat d'espectacles que es van acumulant sinó que generen el que es proposa en la primera tesi: representacions que es separen d'allò viscut directament (1a tesis; Debord, 1988). Vivim en base a imatges que ens separen de l'experiència mateixa de les coses.

El concepte de separació és també clau per entendre on es situa aquest espectacle. Les imatges acumulades es fusionen en un curs comú i esdevenen de forma autònoma una constel·lació de representacions on la vida no pot re-establir la seva unitat (2a tesis; Debord, 1967). És una relació excloent-incloent en la qual s'unifica l'espectacle com a societat mateixa i com una part de la societat, el que es coneix com el món de l'espectacle.

Em ve al cap el segon capítol de *Black Mirror* on la gent treballa per consumir espectacle. El protagonista intenta posar en evidència l'espectacle posant-lo al límit i simulant un suïcidi en directe en un reality show. El jurat

admira i aplaudeix la capacitat, no de teatralitzar, sinó de “dominar” l'art de l'amenaça de suïcidi. Li fa creure (i crea el mite en el públic) que pot arribar a ser algú famós, encara que sigui “simulant” un suïcidi. En un punt el jurat li proposa el dilema de: o tornar a treballar la resta de la vida com la resta (i treballar-consumir somiant ser algun dia la persona que apareix a la televisió) o fer l'espectacle del suïcidi cada dia per la televisió gaudint de luxes. És el clàssic confrontament de l'individu amb el poder ser d'aquell 1% de la població especial, com el treballador que aspira a ser patró.

L'espectacle separat i fet pràctica és la totalitat de la realitat continguda per l'espectacle (7a tesis; Debord, 1967).

Hi ha per una banda la pràctica de consum i transmissió d'imatges. I també existeix de manera separada l'espectacle com a espai proclamat *l'espectacle* (que es viu directament com objecte de consum): quelcom que en el llibre del 88 Debord s'hi refereix com a medis de comunicació, els quals determinaran instrument de la societat de l'espectacle (3a tesis; Debord, 1988).

Amb aquesta sentència ens transportem a l'obra que segueix la de l'any 88 per veure com aquest espectacle s'ha actualitzat i com s'ha professionalitzat.

El primer que ens presenta l'autor és una reflexió on exposa que des de que es va publicar el llibre del 67, ha estat difícil pel públic comprendre el concepte d'espectacle ja que semblava quelcom difús, quelcom no unitari. Els pocs escrits que s'han fet a partir del 67 han estat més pràctics i s'han limitat a descriure un sol detall, petites minuciositats que es donen a l'espectacle i que són, diguem-ne, més tangibles. (2a tesis; Debord, 1988)

L'espectacle, com indica Debord, no ha aturat la seva marxa. Aquest moviment és el que ha articulat aquella essència amb la qual l'autor descrivia l'espectacle:

El dominio autocrático de la economía mercantil que había alcanzado un status de soberanía irresponsable y el conjunto de las nuevas

técnicas de gobierno que acompañan ese dominio. (2a tesis; Debord, 1988).

Per a una societat on l'espectacle forma part i esdevé la praxis social i l'escenari de moviment i actuació dels individus, és difícil no veure com opera si no es reconeix aquesta unitat. Al parlar de mitjans de comunicació (els mass media), s'estaria designant un instrument que administra amb imparcial "professionalitat" la comunicació acceptada tranquil·lament per la població (Debord, 1988: 18).

L'espectacle ha esdevingut un poder que unifica totes les coses de la realitat: tant la política, com la justícia i la medicina. Un excés dels medis que, tot i que té una naturalesa bona ja que serveixen per comunicar; poden conduir a contradictoris excessos on els espectadors s'entreguen sense contemplació als plaers de l'espectacle. (Debord, 1988: 18)

La manera com es constitueix l'espectacle també ha canviat; ja que si abans diferenciava entre dos tipus d'espectacle, el concentrat i difús, la figura de l'estat dictatorial i la figura de la societat assalariada que escull lliurement entre la gran varietat de mercaderies (Rússia i EUA respectivament), actualment l'espectacle s'ha fusionat en un espectacle integrat (Debord, 1988: 20).

El model d'espectacle integrat és el que més impera en la societat globalitzada, el model espanyol de creure que estem en una democràcia perquè podem escollir però el poder se'l reparteixen les elits econòmiques i polítiques. Un espectacle que pot arrelar en quasi tots els punts de la societat i es converteix en amo de la producció, de la percepció, dels records i dels projectes (Debord, 1988: 22).

Senyalem primer els 5 trets de la societat moderna de l'espectacle integrat, trobats en la 5ena tesis (Debord, 1988: 23): la innovació tecnològica incessant (que reforça l'autoritat espectacular entregant la societat al conjunt d'especialistes i els seus càlculs), la fusió de l'economia i l'estat (establint una relació simbiòtica portant l'estat a quantificar-se i reduint-se a la unitat econòmica), el secret generalitzat, la falsedat sense resposta i el present perpetu

(essent aquests tres trets finals, efectes de la dominació en l'espectacle integrat).

L'espectacle s'encarrega de descriure tot el que pot esser viscut directament, oferint quina és la representació que més bé l'hi va, inclús es veu en cor de dictar quines són les representacions enemigues o dolentes. Només li fa falta trobar les paraules adequades. M'ha bastat posar al Google les paraules “Vox” i “enemigos” perquè dels primers links sigui una notícia de El Confidencial on es pot llegir: Vox se presenta en un vídeo como el partido que frenará a “los enemigos de España”<sup>21</sup>. La notícia pretén identificar clarament qui són els bons i quins els dolents, atrevint-se a qualificar als dolents d'enemics: inscrivint una imatge concreta en la ment de les persones.

S'inscriu, o es suposa, un a priori conceptual històric on la societat (tota) ja ha inscrit el què és correcte, el què no. Diverses atribucions totalment parcials i generades per l'individu, aturant el temps històric i inscrivint la societat en un present continu. (Debord, 1988: 25)

Descriuré, breument també, quins són i com s'han articulat els diferents constructes i conceptes entorn la societat de l'espectacle segons l'autor. Tal contingut es troba a partir de la sisena tesi i cada una de les que segueixen estan dedicades a destacar el com s'ha construït diferents aspectes de la societat per mantenir aquest present.

No els descriuré tots sinó que en destacaré els més rellevants. Oferint una lectura actual per mostrar la continuïtat. Abans però, per a poder introduir els memes, necessito deixar una cosa clara. Els memes, al igual que qualsevol llenguatge o forma de comunicació, tenen la naturalesa que senyalava l'autor de comunicar i en cap sentit la comunicació pot ser quelcom dolent. El que passa és que, com exposava en el segon punt, els mecanismes i òrgans de dominació també poden arribar a aquesta pràctica, a aquest *mecanisme infinitesimal*. La reflexió que s'ha de fer dels memes va molt en relació al seu origen; els memes van sorgir com a eina comunicativa per expressar quelcom a

---

<sup>21</sup> <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/politica/vox-se-presenta-en-un-video-como/20190404163941123805.html>



partir de l'humor. Els usuaris dels fòrums apart de riure dels memes s'hi sentien identificats ja que descrivien aspectes de la vida que s'hi sentien identificats. I per això es van fer famosos, perquè intentaven expressar quelcom que era lo que li donava força a l'humor de la vinyeta. En aquest sentit l'humor era el de menys ja que el que feia gràcia era que allò en la vinyeta era una ficció que descrivia lo real, es representaven aspectes de la vida usant l'humor. I amb això es podia des de la ficció exposar quelcom des de l'empatia. Els òrgans de poder també han arribat als memes i es poden trobar memes que, sota la forma de l'innocent humor, busquen perpetuar imatges, idees, ideologies concretes que els hi va bé al sistema espectacular i al capitalisme globalitzat. Es poden fer memes tantes coses com es trobi la manera de fer-ho ja que és un llenguatge, i sempre es podran trobar memes opressors, que facin mofa a postures “enemigues” del règim, racistes i un llarg i infinit etcètera.

Establert això, passaré a fer el llistat de conceptes exposats per Debord fent una reflexió actualitzada d'aquests. També inclouré memes per mostrar com la comunitat mèmica crítica aquests constructes, posant en evidència tot el què s'ha exposat sobre les imatges en la societat i els individus. Amb això es podrà donar fe de com els memes, al igual que en el seu temps tot un art contestatari, poden servir d'eina crítica en una societat quasi completament inscrita en el medi de les xarxes socials. Els memes volen relatar la realitat, no només donar-li forma.

-La història: s'elimina el coneixement històric en general, tot allò que pertany al passat recent s'intenta amagar. Vivim en una societat sense memòria històrica, a una imatge se li segueix una altra i així indefinidament. Només hi ha un present, un futur que vol perpetuar un present. Només s'ha de veure de quina manera s'usa la paraula memòria històrica en els debats actuals per veure que no va massa lluny de la crema de llibres per part de Ts'in Shi-Huang-Ti o d'Stalin en el segle anterior (annex gràfic Figura 20).

-Els experts: pertanyen als media, per això se'ls reconeix com a experts. Ells dictaminen quina és la veritat (o lo més objectiu) de la realitat, és a dir, quina és la representació que s'ha d'acceptar de segons quins aspectes. Es pot

canviar el passat d'una persona, la autoritat espectacular pot negar el que sigui, no existeix l'àgora. Les bombes de fum periodístiques tenen efecte perquè hi ha algun individu que l'espectacle dicta que li hem de fer cas perquè és un especialista concret en aquest aspecte. L'espectacle té un gran ventall d'experts actualment que toca tots els aspectes. Si ens hi fixem tots els programes de tertúlia o en la qual intervinguin més d'una persona; cadascuna d'aquestes és considerat pel medi com la millor persona que es podria encarregar del tema. Allò que es pot deixar de parlar durant tres dies desapareix, els homes s'assemblen més al temps que al seu pare (un perpetu temps present). (annex gràfic Figura 21).

-La democràcia: és una fràgil perfecció. No s'ha d'atacar perquè és fràgil, i per tot lo demés no fa falta atacar-la perquè és perfecte. Tothom s'omple la boca de la paraula democràcia quan fa falta i més en temporada d'eleccions polítiques o de debats entre postures. Ningú la pot criticar ja que és el model que a través de la història recent, no és que s'hagi venut com a el millor, sinó el menys pitjor per tant l'hem de cuidar a tota costa; encara que sigui pel sol fet de votar (quelcom moralment correcte i lloable segons l'opinió pública). La opinió com a ciutadà lliure és denegada quan es tracta de decisions que afecten a la vida. No intentaré exposar un tractat de quin és el millor règim, però sí que és veritat que la societat viu la fragilitat de la democràcia resignant-se a usar-la encara que només sigui per intentar guanyar en el mateix joc, usant les mateixes normes. El cas més obvi és el del Judici al procés independentista on, encara que la violència policial i l'excedència de poder de l'estat dictatorial espanyol evidentment mostri un greu problema; per sobre de tot lo important és que es faci evident per mitjà de la democràcia. Perquè en la nostra societat té un paper “moralitzador” de la conducta política (annex gràfic Figura 22).

-La lògica: s'ha dissolt conforme als interessos fonamentals del nou sistema de dominació. Usa nous medis que operen recolzant-se mútuament. L'espectacle calla lo que no li convé, allò que és per se il·lògic és ocultat per no justificar-se. Cap discurs de l'espectacle deixa lloc a la resposta, no hi ha diàleg en lo social. No fa falta pensar, simplement algú que t'ofereixi una resposta (possiblement la que vols escoltar i la que et fa menys mal). Els drogats no

estudien lògica, no poden; no els hi fa falta. (annex gràfic Figura 23).

-La personalitat: eradicada i alhora sotmesa a les normes espectaculars. L'individu ha de renegar de si mateix per tenir un mínim de consideració. L'espectacle ofereix els productes que permeten a l'individu tenir personalitat. Però inclús el concepte personalitat, el que es necessita per a tenir-la, és construït constantment per oferir una nova personalitat; una de diferent i única que acaba essent una forma i contingut que serveixen per mantenir la dinàmica de la personalitat com a categoria universal.

-La ocultació dels problemes: l'espectacle no oculta els perills que rodegen el meravellós ordre que ha construït, i la conclusió de l'espectacle és que no té importància. Només busca com, quan i quant tranquil·litzar. Exemple de com es tracten les fugues de gas de l'Électricité de France: com que els accidents són sempre possibles, només s'ha de mirar que no tinguin unes dimensions catastròfiques; és tant fàcil com que contamiï poc a poc i amb moderació.

-La ciència: sotmesa a l'imperatiu de la rentabilitat econòmica. Les condicions pràctiques i l'activitat dels investigadors s'uneix en un curs comú. No es demana una comprensió sinó una explicació, sinó que simplement ha de justificar la seva activitat. La societat però ja està educada en el còmode discurs espectacular.

-La desinformació: no és la negació d'un fet que convé a les autoritats o l'afirmació d'allò que els hi convé; això es diu bogeria. L'ha d'acompanyar una petita part de veritat, convertint la desinformació en el mal ús de la veritat. Sempre que hi ha discussions no s'apela a la veritat sinó que s'exposa que tal veritat s'ha entès malament. Serveix pel terraplanisme o per les concepcions del feminisme.

-Allò fals, allò secret: s'inverteix la tesi Hegeliana ja que allò veritable és un moment de lo fals en el món realment invertit. La societat es funda sobre el secret, sobre allò que no es diu i que permet la continuïtat. La nostra societat prefereix la còpia a l'original.

Com es pot veure, cadascun dels diferents conceptes estan construïts perquè la societat els accepti i interioritzi ja que, més enllà de la naturalesa que puguin tenir aquests aspectes, l'espectacle s'encarrega de normalitzar-los, fer-los adients i, si es vol, racionals o justos. Això s'aconsegueix creant un discurs al voltant de les imatges que es transmeten amb el fi de "escampar" tals constructes en la societat. Moltes vegades hi ha aspectes de la societat que no es qüestionen perquè la por a que el resultat sigui pitjor impedeix l'acte de protesta. És precisament perquè el domini espectacular ha arribat a tots els punts fent que, més enllà d'esdevenir allò dolent que s'intenta introduir a la societat, sigui quelcom desitjable. Gaudeix de mecanismes per senyalar qui no estigui d'acord amb l'espectacle, perquè no només és desitjable sinó que és el que ha construït aquesta representació de la vida de la qual no podem sortir. Els memes, al ser una forma tant nova de comunicació en un medi i tecnologies tant noves, estan encara lluny d'esdevenir un dels més aparells de l'espectacle per a mantenir-se. Només es donen pocs casos de publicitat que usa algun meme a mode de clixé, i la comunitat els veu sota la mofa de l'intent d'apropiació dels mitjans. Per sort, amb el canvi generacional, els memes plantegen per primer vegada una dinàmica que permet expressar en contra d'aquest espectacle usant una forma i sense que s'esgoti ni que s'acumuli; perpetuant un present d'imatges.

## IV. Conclusions. Actualització polític-estètica de la noció de meme

Dividiré les conclusions seguint la divisió dels tres apartats: el meme com a imatge, el meme i l'individu; i el meme en la societat de l'espectacle; acord a les tres principals qüestions descrites a la introducció.

El meme (1) com a imatge funciona a dos nivells: un artefacte en forma d'imatge gràfica (vinyeta humorística en el seu sentit més superficial) que identifiquem com *el meme* i una imatge mental<sup>22</sup> que es vol transmetre per mitjà d'aquest l'artefacte. L'artefacte i la imatge mental estan mediats per dues instàncies: el template i les referències. Un template és l'estructura que compon i determina el sentit segons el qual llegir la imatge gràfica (la forma o tipus concret de meme-artefacte) i les referències el contingut que indicarà l'objecte, el subjecte o l'entitat central de la imatge mental a transmetre; així com altres entitats que hi puguin aparèixer. El conjunt del meme podria ser descrit, doncs:

Una imatge mental (idea, el meme dawkinsnià) que per a ser transmesa es codifica usant un patró multiforme però concret (el dels memes), adoptant forma d'imatge gràfica (el meme-artefacte). Aquesta conté instàncies

---

<sup>22</sup> Es tracta de la idea a transmetre. Pot ser considerat com el concepte meme de Dawkins: unitat mínima d'informació cultural transmesa sense caire genètic.

(templates i referències) que fan de mediadores entre la imatge mental i la imatge gràfica; possibilitant una lectura que va des de l'artefacte a la idea transmesa. La imatge gràfica no pretén ser la representació de la imatge transmesa sinó un simple medi per arribar aquesta.

Respecte a la relació (2) que s'estableix entre la imatge, el medi i el cos: s'estableix un nou paradigma de relació que opera tenint en compte les xarxes socials com a medi. Els memes són alhora imatge i medi ja que no deixa de ser una imatge codificada dins un medi usant un llenguatge concret (un segon medi teòric). El cos opera a dos nivells essent aquests el cos perceptor i cos performador (d'imatges). El meme al igual que la resta d'imatges d'internet està sotmès a pressions selectives, és a dir; competeixen de manera indirecta per a ser captades pels cossos. El cos receptor és l'agent que percep les imatges (el cos que es viu, dotat de sentits i ment) i les inscriu en la seva ment. Té mecanismes d'acceptació i censura d'imatges a l'hora d'inscriure-les, és el cos fenomenològic; l'individu. El cos performador és l'agent encarregat de transmetre imatges, el que es coneix com l'usuari virtual. El medi fa possible la transmissió dels memes i altres imatges, entre les quals incloc les verbals, entre individus. És l'agent que dota de forma allò que es vol transmetre, encarregat de representar o transcriure les idees per a la seva transmissió, per tant un medi vivent. El meme, com a imatge performada per l'usuari, es transmet amb l'objectiu d'exposar una opinió sobre quelcom aspecte on l'usuari s'hi pot (o no) sentir identificat. Els dos nivells on opera el cos estan separats, fent d'aquesta separació un perill a l'hora de confondre l'individu amb l'usuari. Un cos que performa imatges, si es separa massa del cos receptor d'imatges; pot perdre la possibilitat de recuperar la seva unitat en el pla real/material. Creant així cossos que només existeixen en la virtualitat i que han renegat de la seva corporeïtat, la seva realitat material; la unió dels quals serà impossible un cop el cos performatiu no es reconegui amb el cos vivencial. Els memes transmesos creen una constel·lació de creences que se li poden atribuir a l'usuari, podent arribar a ser la mateixa que s'atribueixi a l'individu. Quan una imatge s'inscriu en la ment de l'individu es trenca la relació ja que es prescindeix del medi per a recordar la imatge.

El fenomen meme (3) planteja una ruptura en la dinàmica de la societat entorn l'espectacle, essent un punt de fuga que usa les imatges per transmetre (fent ús de l'analogia gràfica i l'humor) idees i pensaments que van des de la quotidianitat als conflictes sociopolítics. En l'acumulació d'imatges, la societat construeix la percepció de la realitat i de la vida viscuda a partir d'imatges; és a dir que experimenta la vida a partir d'un seguit de representacions. Tals representacions s'han unit en un curs comú per marcar un ritme de vida i acció humana concreta. La societat es basa en imatges per a construir un relat de la realitat que s'actualitza a partir dels mitjans de comunicació i l'Internet, descrivint una temporalitat i esdevenint instruments per a les forces de dominació. La unitat de la vida no pot ser restablerta perquè no hi ha circulació d'idees sinó d'imatges, de còpies; perpetuant un present basat en la còpia.

Els memes no esgoten la idea en la forma, permeten la circulació de les imatges com a mera eina comunicativa; substituint la funció *representativa* per la *metafòrica*. És un medi usat dins d'un altre medi. El meme actua a dos nivells, possibilitant la inscripció de la idea en la ment de l'individu no des de la inscripció de la representació sinó des de la mateixa idea separada de la seva forma. Nega l'acumulació de les imatges que funcionen en la nostra societat com a representació de la realitat, permetent el flux d'idees en la comunitat virtual. El meme és usat per a descriure els esdeveniments de la societat usant vinyetes com analogies satíriques per a pensar els esdeveniments i no per a representar-los. Amb la pràctica és possible usar un meme per a generar un pensament sense que aquest sigui explicat directament.

En un primer moment es genera un pensament amb una imatge gràfica (el meme-artefacte) i, com a vehicle de comunicació que és, permet a l'individu a desxifrar una informació i generar un pensament, una idea mental (el meme-idea), de la qual n'extraurà l'essència (la idea que desprèn), que quedarà retinguda en la memòria. Amb això, l'individu arribarà a poder pensar les situacions de la quotidianitat i de la realitat sociopolítica (així com tot el ventall d'idees transmeses a partir de memes) a partir d'allò que s'expressava en els memes (es passarà a pensar en imatges que tenen forma d'idees en l'imaginari

individual). Tornant les imatges a la circulació i connectant de nou amb les idees.

*Tot en la vida és meme excepte els memes. Els memes són poder.*

*El meme no s'explica, es mostra.*



## **Epíleg**

### **I ara què?**

Han passat ja unes setmanes des de que el que s'exposa en aquest treball va ser valorat per un jurat (Jèssica i Jesús, des de la materialitat d'aquest llibre, us envio una abraçada gegant). Valorat i confeccionat des d'un primer moment, no com a pràctica acadèmica; com l'aventura d'endinsar-me en un fenomen que va aparèixer a la societat fa quatre dies. Un treball que van seguir moltes persones de diferents àmbits: amics (de dins i fora de la xarxa), professors, familiars, entitats; i que ha arribat a persones que mai pensava que els hi podria interessar el tema. I és que el món dels memes és un món curiós, i per a molts consumidors de memes ens és un espai de pràctica artística, de comunicació del tu a tu; la nostra àgora personal.

I pot semblar una exageració, però espero que amb aquest epíleg l'espectador pugui comprendre perquè els memes ens ha servit tant a una generació per formar i generar debat i diàleg en un espai digital (quan la realitat ja era tant complexa per nosaltres que la incorporació de les tecnologies no va ser més que una nova prova). Considero que som la generació de la metàfora, de la

metàfora en sentit estricte; de representació (dirigir la ment cap a) d'un altre realitat quan aquesta no hi és present. Recordant aquell “qui no té la noció d'imatge no podria identificar-ne una quan la té davant” em remeto a que l'experiència dels memes inscriu en l'individu una major capacitat per reconstruir realitats que no hi són (en un nombre molt elevat de quantitat i varietat); i les transmeten als cervells dels altres individus amb molta més facilitat, efectivitat i sinceritat des de que es fa ús de les imatges. L'adjectiu de sinceritat, com veurem més endavant, fa referència a que la construcció del llenguatge, les categories, la “gramàtica” i altres instàncies dins el món mèmic; estan confeccionades des de la intenció de crear un llenguatge empàtic, que relaciona imatges entre si per extreure'n els missatges de manera més ràpida i sobretot més gràfica. Els memes es pensen en una llengua (o vàries) i aquests modulen la manera com es comunica la gent en un àmbit quotidià depenent de quina sigui la persona o persones amb les quals es comuniquen: és un idioma que evoluciona constantment i individualitzant cada instància lingüística a les experiències viscudes pels participants en el diàleg.

Voldria, en aquest epíleg, explicar dues anècdotes: una és una breu reflexió que l'hi vaig fer a la meva mare per tal d'aclarir un aspecte sobre els memes, l'humor i la seva comprensió al llarg de les generacions; i l'altre és un conjunt d'experiències personals de com, al portar la idea subjacent als memes al dia a dia físic, canvia el llenguatge (evidentment), però també en canvia la manera del pensar el llenguatge.

Un dia qualsevol vaig intentar arribar a un argument bastant general per introduir els memes a una persona des del 0 més absolut de coneixement mèmic, o almenys poder explicar el perquè costava tant entendre'ls. Està relacionat amb la màxima de la noció d'imatge ja que pretén explicar el desconeixement davant d'un sistema conceptual nou, una nova pràctica, un nou fenomen, etc. Li explicava el següent: la meva àvia (Gallega i patidora de la postguerra) riu quan l'humor és accessible i està en sintonia amb l'educació de la societat. Ella riu amb Cantinflas, Chaplin, caigudes, destapaments “atrevids”... un conjunt de tòpics bastos de l'humor que va arribar a Espanya en època de Franco.

Per altra banda la meua mare no només li fa gràcia el mateix que a la meua àvia sinó que també pot riure amb l'humor irònic i satíric perquè la seva formació acadèmica l'hi ha permès tenir accés al coneixement de figures retòriques, obres literàries, i un conjunt educatiu molt diferent al de la meua àvia. Finalmentestic jo, que em pot arribar a fer gràcia tant les caigudes, com l'humor “simple”, com l'humor irònic (fins aquí seguint el lligam generacional), però quan arriba el moment de parlar de memes i humor post-irònic o meta-irònic sóc l'únic de la família que se m'ha “desvetllat” les matrius humorístiques de tal pràctica. L'humor per lo normal sempre va lligat a l'educació del moment i en l'era de la post-veritat i de la ironia elititzada, arquetipificada i entregada a les xarxes, a la discussió global: tothom que en tingui accés podrà formar-se en aquestes noves maneres de fer humor. La sentència de l'experiència en objectes estètics també s'aplica als memes i, per afegir una reflexió més; l'humor tendeix a funcionar exponencialment a través de les generacions: cada generació experimentarà un nou canvi en el paradigma humorístic i tindrà accés als paradigmes anteriors. Al afirmar això, l'humor s'està incloent en la línia de l'esperit històric, on mutarà fins que no quedi cap consciència per recordar-lo.

La segona reflexió és la que més he desitjat exposar des de que he generat aquest fetitxe pels memes. Al compartir pis amb altres estudiants aquests anys de carrera, he pogut arribar a conèixer gent que també estava ficat en el tema dels memes (ja no sé ni com explicar-ho curt i ras així que deixem-ho com està). El cas és que entre nosaltres vam arribar a mantenir diàlegs usant frases de memes, i no només això; vam començar a crear memes de la realitat quotidiana nostre. Vaig comprendre doncs que el que fan els memes és crear un llenguatge sincer i empatitzador per experiència de tots els qui el comparteix; un conjunt d'expressions que per consens tàcit es construeixen a partir d'idees molt concretes que només en tenen l'experiència aquells que l'han creat (o compartit si s'explica). Vam arribar a comunicar-nos amb simples mirades, amb números, amb parts del cos; i coses súper concretes com “tinc gana”, “aquesta persona té ressaca”. Expressions que perfectament podrien transcriure's al català per *ajuda'm*. Però aquest “ajudam”, el significat d'aquest, neix de la sinceritat més interna dels qui compartien el vocabulari mèmico, que remet a una experiència tant forta que va

servir de meme per expressar l'angoixa més gran expressable.

Quan entres a la secció de comentaris d'un meme, lo més probable és que la gent digui una cosa: “és veritat” o “és veritat, m'hi sento identificat”. Estem parlant d'un llenguatge que apel·la a la quotidianitat, un llenguatge que es forma amb l'experiència i que està sempre en moviment, sempre s'actualitza. Que pot tenir un criteri de veritat per unanimitat tàcita (AL LLARG DEL MÓN SENCER!).

Coses tant senzilles com “fruuun, uns munxins tot safpepis?”, per almenys més de 20 persones de Cerdanyola i del Vallès, vol dir: “Francesc, anem a adquirir golafretries que siguin exquisides?”

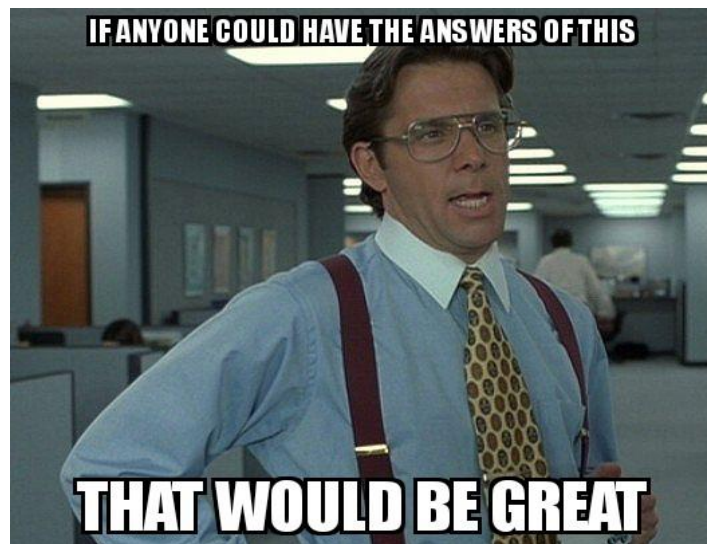
Llargues converses entorn la creació d'aquest llenguatge han tingut lloc entorn la UaB i els seus voltants per estudiants que ara estan acabant la carrera, que estan a la meitat o que ja han acabat. I el donar-nos compte de diferents aspectes sobre els memes ens ha fet agafar una molt bona estima cap aquesta pràctica. És per això que a tots els qui formen la meua xarxa addictiva del món mèmic, els hi haig d'agrair personalment tot el que m'envien diàriament: *bros & sis, your memes are lit af.*

Els memes fan pensar més enllà dels propis memes. La quotidianitat ha agafat un nou color i la generació mil·lènial és ja adulta, acceptem-ho. Cada dia que passi, el dia a dia tindrà noves expressions socials (noves de novetat, de diferents), cada vegada més complexes, líquides, metafòriques. Som una generació que ens hem criat en la ficció, en la digitalitat, però la nostra; la fugacitat com a capacitat artística, de metaforitzar el bé i la bellesa: de tornar al diàleg amb les idees entre nosaltres com a l'antiga Grècia.

És possible, però, que aquesta digitalització, aquest nou espai públic marqui, sota una teoria agambeniana; una nova dicotomia inclusiv-exclusiva? Fins a quin punt s'ha creat una “societat important” i una de “no important”? Amb l'Internet sembla ser que hi ha una realitat que es coneix i una que no, sembla una trivialitat però hi ha generacions que vindran que ni tant sols

podran optar a la no-digitalització. Qui permetrà aquesta nova polis? Quin serà el nou esclau aristotèlic que permetrà a l'home debatre a la polis?

Aquestes preguntes obren camps d'estudi dins la filosofia més sociològica. Hi ha moltes portes obertes a estudiar, analitzar i comprendre. Són els memes la forma que necessitava l'espècie humana per preguntar-nos coses noves? El fet de que es pugui experimentar un *goce* al contemplar un meme que està tant ben fet que expressa la bellesa en si una nou despertar del geni kantià? Es podran contemplar les idees a partir dels memes? Es podrà representar lo irrepresentable amb un meme? Quina relació existeix entre les neurones mirall i l'efecte tàcit del llenguatge mèmic?





## **Annex gràfic**

### **La memoteca**

#### **Figura 1. Plató contra Diògenes**

Aquest meme pretén descriure sarcàsticament l'acte en el qual Diògenes va entrar a l'acadèmia platònica amb un ocell desplomat per fer mofa de la concepció d'home de Plató. El que ens indica que aquesta és l'escena descrita és que en la imatge es pot veure una persona (que representa Diògenes) sostenint un pollastre desplomat per mostrar-li a una nena que plora (representant a Plató). L'expressió de la nena és important a tenir en compte perquè es podria llegir que l'acte de Diògenes va “espantar” Plató per la seva crítica al concepte d'home.



Figures 2, 3, 4, 5, 6 i 7. Els templates Drake i el de Brain expanding amb dues referències diferents en cada cas







Contemplem dos templates diferents: el de Drake i el de Brain Expanding. Les imatges de l'esquerra corresponen als dos templates buits, sense les referències que els afegiria el contingut al template. I les imatges centrals i les de la dreta són memes creats a partir de tals templates que ja tenen les referències incloses. Es tracta de memes molt senzills (exceptuant el brain expanding de la dreta que conté un sarcasme i ironia en el missatge), per tant es pot intuir què ens referim quan diem templates i referències. Com es veurà en el treball, tant el template com les referències i la identificació d'aquests dependrà del coneixement que es tingui del món mèmic i de la capacitat d'anàlisi dels memes que tingui cadascú.

### Figures 8 i 9. Well yes, *but actually no*; dues referències

Me : This meme is dead.

Stalin: So this pact makes us neutral?

Hitler:

This Meme:



Com podem veure, es tracta dos memes que comparteixen template però amb referències diferències. El meme de la dreta té com a referència el pacte de no agressió entre l'Alemanya de Hitler i la Unió Soviètica de la URSS (Ribbentrop-Mólotov); mentre que el meme de l'esquerra té com a referència el mateix meme, és a dir el template de *Well yes, but actually no*.

Tornaré a usar el meme de Stalin i Hitler més tard per puntualitzar que les referències no són iguals al meme-imatge com s'hagi pogut pensar fins el moment.

### Figura 10. Anàlisi del meme *Well yes, but actually no*

Stalin: So this pact makes  
us neutral?  
Hitler:



Com exposava abans, les referències no expressen totalment el meme-idea que es vol transmetre. Mentre que aquí la referència és el pacte de Ribbentrop-Mólotov, el meme-idea s'ha d'analitzar tenint en compte el template. El template exposa que allò que es mostra en les referències té quelcom de cert i ahora no (indicat evidentment per la frase que es troba en la part inferior). Per tant, tenint en compte lo establert; el meme-idea que es pretén transmetre a partir del meme-artefacte és que tal pacte va servir simbòlicament per establir un estat de pau però que en realitat no va servir de res.

## Figures 11 i 12. Evolució de la maduresa dels memes



El meme de l'esquerra és de l'any 2014 i exposa un tòpic estès que les fans del gènere pop tenen molt poc criteri, consideració, rigor i un seguit de tòpics infantils. El de la dreta exposa la tendència aprensiva d'identificar qualsevol signe de malestar amb la pitjor de les hipòtesis, en un intent de fer una crítica al comportament que tenen segons quines parts de la societat a l'hora de pensar la salut d'hom.

## Figures 13, 14, 15 i 16. Exemples de dank memes



Rest in Peace my Saviour.

Room: \*is dark\*

Me: \*turns on the light\*

Electrician fixing the light bulbs:



Aquests quatre memes són considerats *dank* ja que tenen un caràcter meta-humorístic, que juga amb l'humor, el llenguatge, l'adequació i les bromes internes. El primer representa un cel fictici on un conjunt de persones de la realitat que en la comunitat mèmica són memes en si mateixos (per una raó o altre), que han mort en la vida material, se'ls hi fa un ritual d'inscripció a un cel de memes: essent un meme en si mateix. La segona és un meme que ironitza, i en part té un cert sentit històric, la mort de Harambe; el sentit històric és que el fet va

generar molts memes i noves dinàmiques o sigui que la gràcia està en part en el fet de que va morir pels memes, fent una comparació amb Jesús. Els dos últims memes tenen un significat més complicat d'explicar però es pot intentar explicar molt per sobre. El de l'esquerra representa una situació aparentment normal (obrir les llums d'una habitació) però que al tenir en compte una premissa prèvia que s'introdueix més tard (produint un gir còmic) genera una imatge absurda a la par que còmica a l'estil de l'humor anglès. I el de la dreta fa gràcia perquè hi ha un conjunt de memes que fan bromes entorn de les arnes i les làmpades (perquè sí, perquè l'humor és així).

### Figures 17, 18 i 19. Els memes polítics, políticament incorrectes i racistes



Aquests tres memes estan en plataformes on ideologies racistes, masclistes i classistes conformen la base de l'humor. Per tant transmet una ideologia concreta, sigui o no humor. Les idees que transmeten (en major o menor serietat depenent de si es té la concepció de que és una sàtira o pel contrari s'entén com una veritat o quelcom justificable) són les d'actituds racistes, classistes i cis-gènere.

## Figura 20. La història



Aquest meme pretén fer una crítica de com es pot renunciar a haver dit quelcom comentari per les xarxes. És molt comú que en la discussió política de les xarxes acabin amb un conjunt de fal·làcies del tipus ad hominem i demés tretes argumentals.

Figura 21. Els experts



En aquest sentit aquest meme es burla dels consells de seguretat vial reduint a l'absurd la utilitat de tals consells de les persones que es consideren “expertes” en seguretat. El mateix es podria dir de qualsevol teòric que apareix pels medis amb pretensió de ser autoritat competent quan el seu anàlisi és insuficient, bàsic, superficial o trivial.

Figura 22. El resum de les eleccions del 28A



Aquest meme critica com la postura que queda al considerar la dèbil democràcia com una eina social: un mer pedaç que pretén tapar un gran problema. Lo fràgil que és la democràcia ens ha deixat moments d'increïble ignorància i imprudència política a l'hora de construir la comunitat i les seves disposicions.

### Figura 23. Tot és possible en la lògica de l'espectacle



En aquest cas no es tracta d'un meme. És molt comú que per Internet apareguin entrades de pàgines o recomanacions de vídeos o notícies que s'anuncien amb el que es coneix com un clickbait (un ham per prémer literalment traduït). El concepte fa referència a l'estratègia d'alguns vídeos o pàgines per publicitar de manera temptadora al públic per veure'n el contingut. Una de les maneres més fàcils de crear un *clitbait* és enunciar que el contingut que s'està oferint està fora de la lògica racional; un cop dins es veu que potser el contingut és *standar* i bastant lògic però que s'ha construït un discurs que pretén mostrar el trencament d'alguna lògica. És un fet molt comú que com a estratègia publicitària pot arribar a comportar una competència i unes estratègies bastant rastreres.



## Figures 24 i 25. Els starter packs

THE "I WANT TO BE A VIDEO GAME DESIGNER  
BECAUSE I HAVE A LOT OF GOOD IDEAS" STARTER PACK



Els “starter-packs” són uns conjunt de memes molt famosos que pretenen reduir a tòpics diferents tendències, modes, arquetips, etc. Amb aquests memes es pot veure com al cap i a la fi allò que es considera personalitat va molt lligat a les modes i a les construccions socials. Aquests memes reconeixen en si mateix el problema de que allò que es diu que és bo com el fet de tenir personalitat en realitat es tracta d'un seguit de tendències estètiques, gustos i ideologies que construeixen una individualitat imitant quelcom vist en la societat, en els col·lectius, etc.



## Bibliografia

- Mitchell, W.J.T. (1987). *Qué es una imagen?* en *Filosofía de la Imagen*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca. Editada per Ana García Varas
- Belting, H. (2011). *Image, medium, body: a new approach to Iconology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Madrid: Pre-textos. Tr. José Luis Pardo.
- Debord, G. (1988). *Comentarios a la sociedad del espectáculo*. Barcelona: Anagrama. Tr. Luis A. Bredlow.
- Dawkins, C. (1967). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona: Salvat. Tr. Juana Robles Suárez.
- Blackmore, S. (1999). *The meme machine*. U.K.: Oxford University Press.
- Frege, G. (1892). *Sobre el sentido y referencia*. en *Zeitschrift für Philosophie und philosophische Kritik*, Nueva Serie, n.º 100.
- Dennett, D (1982). *True believers: The intentional Strategy and why it works*. Massachusetts: MIT Press.
- Wittgenstein, L. (1933). *Cuaderno azul* en *El Cuaderno azul y el Cuaderno marrón*. Gallimard, París Tr. Marc Goldberg y Jérôme Sackur, 1996.
- Foucault, M. (1987). *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta. Tr. Julia Valera i Fernando Álvarez-Uría.

## Webgrafia

IIEMD (2019). Instituto internacional espanyol de marketing digital. Recuperat de <https://iiemd.com/millennial/que-es-millennial>

Bruening, E. (2017). *Why is millennial humor so weird?*. Washington. EU. Recuperat de [https://www.washingtonpost.com/outlook/why-is-millennial-humor-so-weird/2017/08/11/64af9cae-7dd5-11e7-83c7-5bd5460f0d7e\\_story.html?noredirect=on&utm\\_term=.f365e334267f](https://www.washingtonpost.com/outlook/why-is-millennial-humor-so-weird/2017/08/11/64af9cae-7dd5-11e7-83c7-5bd5460f0d7e_story.html?noredirect=on&utm_term=.f365e334267f)

Casually Explained. (2018). *Casually explained: memes*. Recuperat de <https://www.youtube.com/watch?v=bJTSxRBbCQA>

Clement, J. (2019). Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2018 (in minutes). Recuperat de

<https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>

Romano, A. (2019). *Those claims that Harambe won 20,000 votes are based on nothing*. Recuperat de <https://www.vox.com/2016/11/9/13572332/harambe-write-in-votes-election>

S.A. (2019). *Vox se presenta en un vídeo como el partido que frenará a “los enemigos de España”*. Recuperat de <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/politica/vox-se-presenta-en-un-video-como/20190404163941123805.html>

## Taula

Agraïments	3
Prólogo	5
Introducció	7
Prefaci. Què és un meme?	11
DE DAWKINS A EL RUBIUS: APROXIMACIÓ ETIMOLÒGICA, HISTÒRICA I COMPOSITIVA DELS MEMES	
I. El concepte meme dins les teories evolucionistes	13
II. La història dels memes. El memeverse	19
III. El meme. Estructura i anàlisi	
L'ARGUMENT MÈMIC. DEL MEME A LA SOCIETAT MEDIADA PER IMATGES	
I. El meme com a imatge	39
II. El meme com a imatge en relació a l'individu	45
III. El meme dins de la societat de l'espectacle	57
IV. Conclusions. Actualització polític-estètica de la noció de meme	67
Epíleg. I ara què?	71
Annex gràfic. La <i>memeteca</i>	77
Bibliografia	89
Webgrafia	90

