

## Cambio de perspectiva, comedia e interseccionalidad de #Esperancita en TikTok

Sección: Dossier  
Recibido: 28/08/2020  
Aceptado: 20/12/2020

### *Stance Change, Comedy and Intersectionality of #Esperancita on TikTok*

Úrsula Albo Cos

Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Xochimilco

[ursuacht@hotmail.com](mailto:ursuacht@hotmail.com)

### Resumen

Las tecnologías de la comunicación y la edición de audiovisuales a partir de la digitalización en aplicaciones como TikTok han permitido que el meme, como unidad mínima de cultura replicable, pueda ser utilizado y fragmentado al gusto de los usuarios, abriéndoles la posibilidad de realizar cambios en la perspectiva del mensaje a través de la reapropiación y la resignificación. Esto genera un procedimiento de repetición, así como de tensión a partir de la creatividad, lo que da lugar a la situación de comedia. Con la finalidad de analizar el cambio que se puede dar en la perspectiva del mensaje de un meme, a partir de las potencialidades ofrecidas por la digitalización, se eligió el caso de #Esperancita. Este meme, en su forma auditiva, subordina ciertas características interseccionales como son el sexo, el ejercicio laboral y la clase social. A partir del análisis de la imagen denotada y connotada de un corpus de tres audiovisuales que pretenden cambiar la perspectiva del meme acústico original, se evidencia la importancia de la conciencia y del cuerpo como parte del proceso de reapropiación y resignificación.

### Palabras clave:

Perspectiva del meme, digitalización, comedia, interseccionalidades.

### Abstract

Communication technologies and digital audiovisual editing applications, such as TikTok, have allowed that memes, as a minimum unit of replicable culture, can be used and fragmented to users will. That opens the possibility to make changes in the message stance through its reappropriation and resignification. Therefore, it generates a repetition procedure and certain tension shaped from creativity, which gives rise the comedy situation. In order to analyze the change in the stance of a meme's message based on the potential offered by digitization, #Esperancita was chosen as a case of study. This meme, in its auditory form, subordinates certain intersectional characteristics such as sex, work practice and social class. Based on the denoted and connoted image message of a corpus, configured by three audiovisuals that aim to change the original acoustic meme stance, it is analyzed the importance of consciousness and body as part of the recreation process grounded on the reappropriation and resignification.

### Key words:

Meme stance, digitalization, comedy, intersectionalities.

## INTRODUCCIÓN

Advertir la importancia de la conciencia en la imitación de un meme, permite identificar la modificación en la perspectiva que se da en su reapropiación y difusión. Es a partir de la digitalización que se hace posible la fragmentación para la reapropiación, así como para la resignificación de los audiovisuales en TikTok. De tal manera que la repetición constante de un audio digitalizado, y las modificaciones visuales que se le hacen, dan lugar a una reapropiación creativa, que en la mayoría de los casos genera una situación correspondiente a la comedia.

La tecnología se vuelve un factor clave en el meme y en sus posibilidades de reapropiación, resignificación e imitación como vía para saltar de una mente a otra. La digitalización, entendida como “el proceso a través del cual las señales eléctricas pasan de un dominio analógico a uno binario” (Scolari, 2008, p. 80), reduce las distorsiones y pérdidas de información en los procesos de reproducción y distribución, por lo que, al ser datos numéricos, son infinitamente modificables. Esto facilita que sus elementos puedan ser fragmentados, manipulados y combinados (Scolari, 2008), ya sean sonido/audio, imagen fija, imagen en movimiento, audiovisual o texto.

A partir de la digitalización se facilitó la reapropiación y reinterpretación de la imagen fija a través de las diversas herramientas de edición, las cuales dan pie a la modificación de la fidelidad de dichas imágenes. Ahora, estas propiedades se han extendido a los audiovisuales como parte de la tecnología móvil gracias a la aplicación TikTok. Sus características permiten la fragmentación de diversos formatos de memes, lo que la hace capaz de separar el sonido y la imagen de cualquier audiovisual, seleccionar clips de sonido, así como de video, sobreponer filtros y audios a imágenes en movimiento, además de grabar y editar audiovisuales, algo que en los primeros 14 años del siglo XXI solo los profesionales podían llevar a cabo con programas sofisticados.

Esta tecnología ha facilitado la reapropiación de los memes fragmentados en audio, video, imagen fija o incluso hasta texto, gracias a las posibilidades de separación de sus tres dimensiones –contenido, forma y perspectiva– (Shifman, 2014). La replicación de un meme digitalizado invariablemente resulta en una repetición, que desde la perspectiva de Henri Bergson (2016), es útil para generar una situación de comedia determinada a partir de la reapropiación y la resignificación.

El confinamiento como medida de prevención del contagio de la COVID-19 en el año 2020, hizo que varias aplicaciones, ya existentes, tuvieran un despunte en su uso. Dentro de estas se incluye TikTok, permitiendo que muchos usuarios ocuparan su tiempo libre en el encierro a través de la creación de audiovisuales que cuentan con una duración máxima de 60 segundos.

Si bien, dentro de la aplicación existen memes de audio más fecundos que otros, uno que proliferó en Latinoamérica durante la pandemia de la COVID-19 fue el de #Esperancita. En él, una voz masculina hace referencia en tono irónico a una persona que se encuentra limpiando

los pisos, para posteriormente obstaculizar su labor tirándole agua al suelo mientras se le maldice.

Al 8 de agosto de 2020, la replicación y uso de este meme de audio para grabar diversas imágenes en movimiento era de 1.1 millones de reapropiaciones. En algunas de ellas se ve a adolescentes, personalidades del espectáculo, niños y perros, la mayoría generando la situación de comedia a partir del histrionismo visual, así como de la repetición. Este meme evidencia algunas estructuras violentas clasistas y de género asociadas al trabajo de limpieza, las cuales se encuentran normalizadas en una parte de la sociedad latinoamericana. “De esta manera, los valores, costumbres e ideologías que prevalecen en un espacio de afinidad específico, se verán reflejados en los actos comunicativos que ahí ocurren” (Pérez, 2017, p. 101), y los memes de TikTok no son la excepción.

## EL MEME, LA CONCIENCIA EN SU IMITACIÓN Y LA DIGITALIZACIÓN

Desde la biología, la sociobiología y el evolucionismo antropológico aparece el concepto de meme. La idea nace del trabajo de Richard Dawkins expuesto en su libro *The Selfish Gen* (1976). Con el propósito principal de examinar la biología del egoísmo y el altruismo (Dawkins, 1976), el autor propone por primera vez el vocablo ‘meme’. En un breve capítulo explica su perspectiva sobre la forma en la que la cultura se transmite de manera similar a la información genética, básicamente en una lucha de conservación, e incluso afirma que bajo este principio si las condiciones cambian, la cultura también evoluciona (Dawkins, 1976).

Para replicar un meme es fundamental la comunicación entre un cerebro y otro, de lo contrario nunca sucederá el proceso de transmisión o imitación, esto le otorga su valor de sobrevivencia, el cual depende de su atractivo psicológico para poder propagarse (Dawkins, 1976). De tal suerte que algunos tienen más éxito en la *alberca de los memes*, como llama el autor a ese mundo vasto de información que está yendo y viniendo constantemente para ser retransmitida.

Las características taxonómicas de transmisión del meme se vuelven fundamentales para poder estudiarlos desde la memética. Richard Dawkins (1976) propone tres dimensiones: ‘fidelidad’, ‘fecundidad’ y ‘longevidad’, a las cuales Raquel Da Cunha (2007), de acuerdo al contexto histórico de la globalización y el internet agregó una más a la que nombró como ‘alcance’. La fidelidad se refiere a la cantidad de modificaciones con las que un meme es replicado; en cuanto a la fecundidad se trata de la velocidad; mientras que la longevidad, es cuando un meme perdura a lo largo del tiempo; y por último, el alcance tiene que ver con la cobertura geográfica o de círculos sociales concretos en los que un meme es replicado, desde lo muy local y específico a lo global general.

El concepto de meme se ha complejizado y evolucionado desde entonces (Blackmore, 1999; Aunger, 2002; Distin, 2005; Vélez, 2007; Knobel y Lankshear, 2007; Burgess, 2008;

Shifman, 2014; Pérez, 2017). De acuerdo con Vélez (2007), existen dos grandes divisiones entre los autores que consideran a la memética como ciencia, por una parte, está la corriente de los *mentalistas* (Aunger, 2002) y, por la otra, los *conductistas* (Blackmore, 1999; Dennett 1991). Las corrientes mentalistas consideran que los memes son una propiedad del cerebro, y que se ven reflejados en forma de ideas, impulsos eléctricos mentales o de configuraciones neuronales. Las corrientes conductistas afirman que la única forma de estudiar los memes es a través de sus efectos, como conducta o artefactos, siendo dichos resultados los que se deben de considerar como tales (Vélez, 2007). Para entender la diferencia entre estas dos corrientes, es útil recurrir a la analogía biológica, ya que mientras el mentalismo busca estudiar los genes —impulsos eléctricos en el cerebro—, el conductismo tiene por objeto conocer a aquellos organismos que los portan —conductas o artefactos— que tienen información cultural (Vélez, 2007).

Frente a estas dos grandes divisiones, Kate Distin, en su libro *The Selfish Meme* (2005), llega a un punto medio entre los mentalistas y los conductistas, afirmando que no cualquier tipo de replicación es relevante para la cultura humana. Así que añade un elemento clave a la noción de meme, que es el de *conciencia*. Distin (2005) propone que a pesar de que la conciencia es algo independiente de los memes, ambos —memes y conciencia— influyen de manera notable en el comportamiento de las personas. A su vez, utiliza el concepto del *fenotipo extendido* frente al cual concluye que los memes pueden tener representaciones tanto en forma de ideas dentro de la mente, como en forma de comportamiento, o de artefactos con contenido representacional como son los libros (Distin, 2005), fotografías, grabaciones audiovisuales o publicaciones en Facebook.

Shifman, en su libro *Memes in Digital Culture* (2014), retoma estas disertaciones para así definir al meme en Internet, entendiéndolo como un grupo de elementos digitales creados conscientemente, los cuales comparten características de contenido, forma y/o perspectiva, con la posibilidad de ser imitados, transformados y difundidos por medio de la tecnología del internet a través de sus usuarios.

Si bien, el meme precede a la tecnología digital, la cual nace con el interés de reducir o erradicar las distorsiones y pérdidas de información en la transmisión (Scolari, 2008), esta en conjunto con el Internet hizo que la difusión de los memes fuera más evidente, potencializando sus propiedades básicas de fidelidad, longevidad y fecundidad (Shifman, 2014), inclusive la de alcance. A partir de la digitalización, la propiedad de fidelidad del meme adquiere otras aristas, pues “una vez que los textos —entendiendo por texto cualquier tipo de documento escrito, gráfico o audiovisual— se digitalizan, se convierten en puros datos numéricos infinitamente modificables y reproducibles” (Scolari, 2008, p. 81), haciendo posible la fragmentación y la reapropiación de ciertos elementos del meme, así como de sus distintas dimensiones. Esto dota a los usuarios de un mayor potencial para elegir aquello que desean imitar y lo que no.

Para Shifman (2014), dentro de la cultura digital existen tres atributos principales adscritos al meme que son: “la propagación gradual desde los individuos a la sociedad; la reproducción a través de la copia o la imitación; y la difusión por medio de la competencia y la

selección” (p. 18). Si bien, los memes son unidades culturales que pasan de persona a persona de tal manera que generan un fenómeno social que moldea formas de pensar, comportamientos y acciones, también hay que enfatizar que estos son seleccionados de la alberca de los memes para su difusión a partir de elementos que les hacen sentido a los usuarios en un determinado contexto o sociedad (Pérez, 2017), dando lugar a un proceso imitativo.

La difusión gradual de ideas por parte de los individuos a la sociedad, así como la competencia y selección de los memes, dan lugar a un vínculo casi indisoluble difícil de romper, pero no imposible, gracias a la conciencia de quien los imita. “A partir de que los memes sirven como tabiques para la construcción de culturas complejas, necesitamos concentrarnos no sólo en los textos, sino también en las prácticas culturales que los rodean” (Shifman, 2014, p. 34). Por lo que, en la mayoría de las ocasiones, los usuarios no cuestionan lo que imitan, ya sea en forma de mimesis —personificación de los roles— o de mezclas —agregar elementos ajenos al meme original— (Shifman, 2014). De tal manera, estas prácticas van generando cohesión social a partir de las versiones propias que se comparten y de los memes que se elige imitar. Estos son seleccionados con base en aquello que le hace sentido a determinada comunidad de usuarios, lo que en algunas ocasiones determina su alcance.

La fragmentación atribuida a la digitalización de textos brinda la posibilidad de imitar, por separado y a voluntad, las tres dimensiones del meme conformadas por: el *contenido*, el cual se relaciona con los textos específicos, las ideas e ideologías; la *forma*, que se refiere a aquello que es tangible en el mensaje, lo que se puede percibir a través de los sentidos, como son las imágenes o el sonido; y la *perspectiva*, que es la imitación de cierta posición que se toma al respecto del mensaje, ya sea por encontrarla atractiva o por el contrario, para llevar a cabo una orientación discursiva diferente (Shifman, 2014). Estas tres dimensiones se vinculan directamente con la consciencia del usuario a partir de aquello que desea imitar y difundir, impactando en la fidelidad del mensaje que es reapropiado.

Por lo tanto, los contenidos que se generan involucran una gran capacidad de agencia de los usuarios que los replican y los consumen, pues de esto depende que cada meme pueda sobrevivir. Es por eso que la creatividad, a partir del proceso de digitalización y reapropiación en la era de la información, resulta clave para la *economía de la atención*, en ella lo más valioso es captar la atención de otros usuarios con respecto a la información que se difunde (Shifman, 2014).

El hecho de poder disgregar un meme, permite hacerle variaciones de manera más fácil, manteniendo aquello que el usuario considera fundamental para llevar a cabo la imitación. Es importante recalcar que ésta no es necesariamente sinónimo de parodia (Shifman, 2014). Sin embargo, la repetición de una situación, acción o personaje es una herramienta para la generación de ciertos procedimientos de comedia, tema en el que ni Shifman (2014), ni Burgess (2008), ni Knobel y Lankshear (2007), profundizan.

## LA REAPROPIACIÓN DEL MEME PARA LOGRAR LA SITUACIÓN DE COMEDIA.

En lo que respecta al meme, en el contexto de la fragmentación gracias a la digitalización y a su difusión a través de Internet, resulta interesante abordar el tema de la generación de la situación de comedia. Hay que ser muy enfáticos en que no todos los memes apelan a dicha situación, ya sea en Internet o de manera análoga. Como vimos en los párrafos anteriores, el meme es una unidad mínima de cultura replicable independiente de la comedia. Sin embargo, este género estético es empleado en algunos memes para detonar el buen humor, por lo que resulta fundamental establecer las diferencias entre humor, comedia y risa. El primero se relaciona con un estado del alma, que puede encontrar a la persona de buen o mal humor; la risa tiene que ver con una reacción del cuerpo, y la comedia pretende generar ambos como resultado (Jessurum, 2012, p. 115).

A través de Bergson (2016) encontramos tres formas en las que se contiene lo cómico: en la vida que transcurre, en lo estético y en los caracteres. Por lo que la atención se pondrá en la forma en cómo se relaciona con lo estético, dando como resultado un género que “oscila entre la vida y el arte” (Bergson, 2016, p. 24), y que se vincula directamente con la expresión estética a partir de la forma —imagen y sonido— digitalizada del meme.

El rastreo de la palabra comedia tiene su origen del término κωμος, que en griego se vincula al “regocijo popular, algazara, festejo ruidoso, y aun diríamos en México, relajo” (Garibay, 1999, p. IX). Esto se liga a los cantos de la comunidad, del coro, de tal forma que la comedia es el ánimo de lo popular, de la distracción. Entre los recursos narrativos de la comedia moderna griega se llega a utilizar el nombre de dioses y se hace referencias a mitos (Garibay, 1999, p. XII); es decir, que se recurre a memes, pero sin que estos se vuelvan parte central del argumento de la obra, se utilizaban solo como un medio para hablar de la vida ordinaria y así lograr la situación de la comedia.

Es por eso que “la comedia es un juego, pero un juego que imita la vida” (Bergson, 2016, p. 54). Jean Chateau (1958), en su libro *La psicología de los Juegos Infantiles*, afirma que el arte, la ciencia, la religión y los deportes son formas de juegos para los adultos, pues en los cuatro se recurre a la creatividad. Es a partir de estos espacios que se disfruta del juego en sí mismo. Por lo tanto, el ser humano se expresa de forma completa en ellos, lo que implica el uso de la creatividad cuando juega, y qué mejor juego que la comedia.

Bergson (2016) analiza la estructura de las diversas situaciones que generan la comedia, identificando tres procedimientos base: La *repetición*, en la que la situación sucede una y otra vez, pero con una tensión generada a partir de la incertidumbre; la *inversión*, en la cual los papeles del victimario se invierten para ser víctima de sus decisiones, cayendo así en su propia trampa; y la *interferencia de series*, situación en la que al personaje principal se le complica progresivamente cumplir con una determinada misión a partir de la acumulación de elementos que le afectan, produciendo una bola de nieve de obstáculos cada vez mayor, la cual parece interminable.

La atención recae en la repetición, con la finalidad de comprender la potencialidad que tiene el meme como forma de poner en marcha la comedia a través de la imitación. Esta no solo se da en una palabra o frase que se repite por algún personaje, también puede ser una situación, o una combinación de circunstancias que, aunque “tengan ligeras diferencias se producen en muchas ocasiones, cortando el curso cambiante de la vida” (Bergson, 2016, p. 68). Se puede dar una situación repetitiva entre diferentes personajes, pero el objetivo es introducir un orden claro, cuidando que sea evidente la verosimilitud. “El espectador la aceptará si se le ha ido preparando poco a poco para ello” (Bergson, 2016, p. 70).

Bergson (2016) establece una analogía entre la repetición y el juego infantil del diablillo del resorte que se guarda y pliega en una caja. A través de girar la manivela salta para sorprendernos de forma repetitiva, manteniendo la tensión en la sorpresa del salto. Algo similar sucede con ciertos memes que son conocidos por determinada comunidad, por un tiempo permanecen silenciados para posteriormente estallar, sorprendiendo a los espectadores una y otra vez con las variantes creativas que proponen.

Tenemos así “una fuerza que se obstina y otra obstinación que la combate” (Bergson, 2016, p. 56). A pesar de que se conozca la forma en la que concluirá el procedimiento cómico de la repetición, es la reapropiación del meme a partir de la creatividad, la que crea las modificaciones necesarias para sorprender. Se genera así la tensión en el espectador y lo hace esperar el remate de la situación de la comedia, produciendo ese estallido que le asombra. Por lo tanto, la imitación de una unidad mínima de cultura replicable tiende a convertirse en una situación de comedia a partir de su reapropiación.

Sin embargo, Bergson (2016) no advierte que hay que ser cuidadosos, ya que un exceso del procedimiento de repetición sin creatividad puede perder el efecto de sorpresa y eliminar la tensión, incluso corre el riesgo de volverse impertinente por su carácter reiterativo. En el caso de los memes en internet, dicho factor hace que se diluyan en el tiempo. La repetición de ciertos memes de audio ha generado interés en los usuarios de TikTok, ya que la aplicación permite repetir e imitar memes a partir de la sincronización de sus labios con el sonido original de un audiovisual, dando lugar a la mimetización. Con esto se origina la imitación a través de la personificación, en donde la herramienta principal de la comunicación es el cuerpo (Shifman, 2014), así sucede la reapropiación del meme, generado la comedia.

## **TIKTOK, UN MEDIO CONECTIVO<sup>1</sup> AUDIOVISUAL**

TikTok se caracteriza por ser una herramienta y medio conectivo para teléfonos móviles de acceso gratuito para los usuarios. En él se facilita la creación, publicación y edición de

---

<sup>1</sup> Van Dijck (2016) propone nombrar a las redes sociales digitales como medios conectivos ya que argumenta que lo social se ha convertido en una serie de reconfiguraciones computacionales que median como empresas las interacciones en estas plataformas.

audiovisuales de no más de 60 segundos, ambas cosas en una misma aplicación. La posibilidad más atractiva que ofrece la herramienta, es separar el sonido/audio de cualquier video, por lo que la sincronización de labios permite la creación de parodias.

TikTok está presente en 150 países y tiene versiones en 75 idiomas. En 2018 fue la aplicación móvil más descargada en Estados Unidos, y el 41 por ciento de sus usuarios oscilan entre los 16 y los 24 años (Becerra y Taype, 2020) de edad. En “2020 registró cerca de 2 mil millones de descargas en todo el mundo, elevando su número de usuarios activos a 800 millones de personas y sus ingresos en un 521%” (Cruz, 2020). El éxito se le atribuye al confinamiento generado por la pandemia de la COVID-19 y la necesidad de establecer el distanciamiento físico, el cual ha mantenido a las personas en sus casas. Dicha situación derivó en un mayor uso de la aplicación como forma de entretenimiento, ya no sólo por los adolescentes, sino también por distintos tipos de público. Evidencia de esto, es el número de descargas que se hicieron de la aplicación en marzo de 2020, las cuales alcanzaron alrededor de los 75 millones, lo que significó un crecimiento del 25 por ciento con respecto a febrero del mismo año (Becerra y Taype, 2020).

TikTok, inició en 2014 bajo el nombre de Musical.ly como una aplicación para grabar videos que hacían coincidir el movimiento de los labios y el sonido que se le ponía a las imágenes. Dos años más tarde, la empresa china Bytedance lanzó un medio conectivo similar pero exclusivo para dicho país, al cual nombró Douyin (Cruz, 2020). En 2018 bajo una búsqueda de expansión de negocio, se le dio a la aplicación el nombre de TikTok, con la finalidad de ser lanzando a nivel internacional. En ese mismo año la empresa compró a Musical.ly, añadiendo así las herramientas que permiten dividir los audiovisuales en dos partes independientes: video y audio (Cruz, 2020). Esto les otorga a los usuarios la oportunidad de reapropiarse más fácilmente de las diversas dimensiones que contiene un meme audiovisual, para así reutilizarlo, generando la situación de comedia a partir de la repetición.

## **VIOLENCIA INTERSECCIONAL EN #ESPERANCITA**

El meme de #Esperancita es un audio que se replicó principalmente en la aplicación de TikTok, en él se escucha de fondo música dramática de violines, la cual acompañan a la voz de un hombre diciendo: “¡Qué linda te ves trapeando Esperancita! Pero... te faltó acá maldita criada”. Este audiovisual originalmente fue creado por un *influencer* colombiano que se hace llamar JuanDa (2020). El contenido surgió como una broma a su pareja, la cual trapeaba el piso, mientras JuanDa vacía un vaso con agua al suelo al momento de decir la frase. El audiovisual se volvió un meme que, gracias a la fragmentación de la imagen y del sonido, ha podido ser reapropiado alrededor de 1.1 millones de veces, según los registros de la plataforma TikTok al 8 de agosto de 2020. La fidelidad del meme auditivo es muy alta, sin embargo, hubo usuarios que no utilizaron el sonido original para hacer su audiovisual, modificando el nombre de Esperancita por Esperancito, trapeando por aspirando o limpiando. Sin embargo, las alteraciones son mínimas y el meme de audio persiste casi sin cambios.



El audiovisual como producción inmersa en una cultura, tiene alcance y hace sentido en el contexto de dominio clasista y de subordinación que se da en ciertas sociedades latinoamericanas a partir de su historia de opresión bajo un régimen colonial impuesto. Así, “los memes tienen una muy amplia gama de usos sociales, que si bien frecuentemente incorporan elementos humorísticos pueden hacer referencia [...] y reflejar al menos una parte de los referentes identitarios que nos representan ante los demás” (Pérez, 2017, p. 99). Por lo que no es fortuito que su origen y replicación haya sido en usuarios que comparten una cultura latinoamericana.

Homi Bhabha (2002) nos advierte que en estos contextos “los sujetos siempre están colocados desproporcionadamente en oposición o dominación a través del descentramiento simbólico de múltiples relaciones de poder” (p. 97). En el caso de #Esperancita este se presenta por parte del patrón y la dominación impuesta a la persona contratada para hacer la limpieza. De esta manera las violencias atraviesan por “los complejos mecanismos de discriminación [que] ha permitido identificar la diversidad de las interacciones generadas por la subordinación de muy diferente tipo: por razones de género, orientación sexual, etnia, religión, origen nacional, (dis)capacidad, nivel socioeconómico” (La Barbera, 2016, p. 105), ejercicio laboral, edad (Duarte, 2015) o el hecho de pertenecer a una especie no humana (Zylinska, 2012).

En el audiovisual original del meme #Esperancita se evidencia la dupla género-ejercicio laboral, vinculada a la clase social como cruce entre diferentes sistemas de subordinación. En la imagen se advierte que, a pesar de ser un hombre el que está trapeando, se utiliza el nombre de una mujer. De esta forma se reproduce el patriarcado con la finalidad de violentar, ya que se vincula el papel del subordinado a una figura femenina que tiene por empleo realizar la limpieza de una casa. Asimismo, se hace evidente la clase social, ya que este trabajo frecuente e históricamente se ha asociado a la labor que realizan las personas con pocas oportunidades y de escasos recursos económicos, además de que tiende a ser una labor mal remunerada, confabulándose así una triada interseccional.

En un nivel simbólico, estas tres características anudadas en una sola persona reflejan la construcción cultural que existe en torno a los sujetos subordinados, la cual se reproduce en los contenidos de los memes que circulan en internet. A su vez, estos forman parte del dominio y violencias estructurales a las que se les somete a dichos sujetos a partir de las representaciones simbólicas que se encuentran implícitas en los procesos de construcción de sus identidades (Winker y Degele 2011), dando lugar a discriminaciones múltiples.

## **REAPROPIANDO Y CAMBIANDO LA PERSPECTIVA DE #ESPERANCITA**

En un ejercicio que tiene por finalidad evitar la reproducción de la violencia estructuralmente implícita en el meme #Esperancita y cuestionar la perspectiva de éste, se realizó el análisis a partir de un corpus cualitativo que toma como criterio de selección aquellos audiovisuales que

se asocian con el cambio de perspectiva respecto a la interseccionalidad que tiene el meme original a partir de su reapropiación visual. En segundo lugar, se consideró el número más alto de “me gusta” con los que cuenta cada material.

Al centrarse el corpus en la reapropiación y cambio de perspectiva a través de la resignificación de #Esperancita desde lo visual, éste es analizado desde la Retórica de la imagen de Roland Barthes (2000). Por lo que en primera instancia se explicita el mensaje denotativo, que consiste en realizar una descripción desde una percepción ingenua y literal de lo que se ve en la imagen; es decir, sin interpretación alguna. En segundo lugar, se trabaja con el mensaje connotativo, que corresponde a la carga interpretativa que tienen las imágenes a partir de un código cultural, esto con la finalidad de identificar las distintas formas de reapropiación basadas en los cambios de perspectiva y resignificación que generan la tensión a través de la repetición del meme para producir la situación de comedia.

### ANÁLISIS DEL CORPUS DEL MEME #ESPERANCITA REAPROPIADO

El primer video es de la usuaria paraguaya Jaz Galeano (23 de febrero de 2020) que se hace llamar @jazzgale\_ en su cuenta de TikTok. Según su perfil, ella se dedica al rescate de perros en situación de calle. Su video a partir del meme de #Esperancita obtuvo 514.1 milles de “me gusta”.

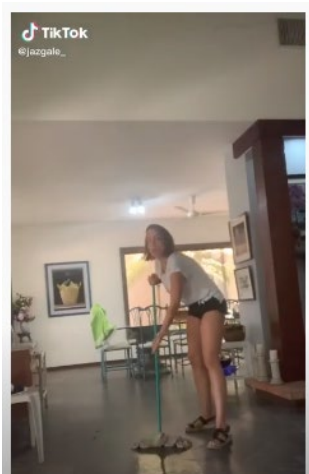


Imagen 1. Corresponde a la primera parte del meme de audio que dice: “¡Qué linda te ves trapeando Esperancita!”



Imagen 2. Corresponde a la segunda parte del meme de audio que dice: “Pero... te faltó acá maldita criada”. Recuperado Galeano (23 de febrero de 2020).

Mensaje denotado: Como se aprecia en la imagen 1, en la primera parte del video correspondiente al diálogo que dice “¡Qué linda te ves trapeando Esperancita!” se ve a una mujer castaña con pantaloncillos cortos negros y camiseta blanca que está limpiando un piso de color negro con un trapeador verde. Se hace un corte y, como se observa en la imagen 2, con la segunda parte del diálogo que dice “Pero... te faltó acá maldita criada”, se ve a un cachorro de color café claro, con collar azul, orinando sobre un piso de color negro.

Mensaje connotado: la mujer es la subordinada del cachorro, ella se encuentra limpiando el piso como parte de sus quehaceres de la casa. El cachorro le hace la travesura para dificultarle su tarea, tratándola como inferior, volviendo a ensuciar el piso limpio y orinando en donde él lo desee, dada su característica de cachorro consentido.

El cambio de perspectiva del meme por parte de la usuaria se centra en la reapropiación de este desde la imagen, para resignificar el antropocentrismo y el servicio a las especies no humanas a través de un cachorro que ensucia el piso que acaba de limpiar la mujer. Los dueños y amantes de los perros, en muchas ocasiones se consideran sus subordinados, pues a las mascotas se les proporcionan amor incondicional, cuidados excesivos y atenciones, al tiempo que se les consiente. De esta forma, se cambia la perspectiva del meme original en el que la violencia es ejercida a una mujer llamada Esperanza, por un hombre que sugiere ser su patrón. En este caso el cachorro, en su inconciencia y dominio de los afectos humanos, violenta a la mujer que personifica a Esperancita y a la necesidad antropocéntrica de domesticar a los animales, lo cual genera la tensión, la verosimilitud y la sorpresa necesaria que da lugar al procedimiento de comedia a partir de la repetición de la frase del meme.

El segundo video fue creado y difundido a través de la cuenta de TikTok @anabarbaraoficial perteneciente a la cantante mexicana Ana Bárbara (24 de abril de 2020). Su reapropiación del meme #Esperancita recibió 394.3 milles de “me gusta”.

Mensaje denotado: En la primera parte del diálogo que dice “¡Qué linda te ves trapeando Esperancita!”, la cual correspondiente a la imagen 3, se ve a una mujer con ombliguera y pantaloncillos cortos rosa claro en lo que parece ser una cocina. Ella trae en la mano un vaso con agua y sincroniza sus labios con el diálogo que se escucha. Simultáneamente se ve a un niño que viste un delantal azul, quien hace malabares con un mechudo de color rojo y blanco. El audio de sonido transcurre mientras la mujer tira el vaso de agua al piso con la frase “Pero... te faltó acá maldita criada”, posteriormente a dicha acción el niño con delantal le acerca veloz y fuertemente el mechudo al pecho de la mujer, como se aprecia en la imagen 4.

Mensaje connotado: en el video se muestra a un subordinado del adultocentrismo, que en su calidad de niño, se observa muy diestro cumpliendo la labor encomendada de trapear el piso con su herramienta de limpieza, un mechudo. Una vez que es agredido por la empleadora, que le pone obstáculos para el cumplimiento de su tarea, esta misma herramienta es utilizada para defenderse y responder a quien ejerce violencia sobre él, empoderándolo.

El cambio de perspectiva que la usuaria busca comunicar a partir del meme #Esperancita es interpelar el papel de patrón/criado, rompiendo con la sumisión establecida por

la clase y el ejercicio del poder que se impone desde el meme auditivo. En las imágenes se aprecia como el subordinado, en este caso Esperancita personificada por un niño, responde ante la violencia interseccional de la que es objeto. Esta es construida socialmente a partir de las características que se le asocian al ejercicio laboral de la limpieza de una casa. Lo valioso del audiovisual radica en su conclusión a partir de las imágenes, proponiendo una salida ante la violencia y la subordinación, un cambio de perspectiva, así como de resignificación, lo que genera la tensión necesaria para que tenga lugar la situación de comedia como parte de la repetición del meme.

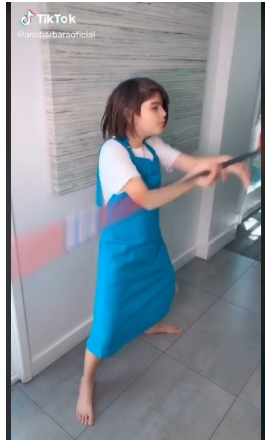


Imagen 3. Corresponde a la primera parte del meme de audio que dice: “Qué linda te ves trapeando Esperancita”, la cual tiene tres cortes. Recuperado de Ana Bárbara (24 de abril de 2020).

Imagen 4. Corresponde a la parte subsecuente del meme de audio que dice: “Pero... te faltó acá maldita criada”. Recuperado de Ana Bárbara (24 de abril de 2020).

El tercer video corresponde a la cuenta de TikTok @leonelfransezze, propiedad de Leonel Fransezze (17 de abril de 2020), abogado, actor y conductor de televisión argentino con residencia en Bolivia. Su reapropiación del meme #Esperancita obtuvo 340.2 miles de “me gusta”.

Mensaje denotado: Al inicio del video se ve un sillón, una ventana y una cómoda, en primer plano está una mujer de tez morena, de edad media, con cuerpo robusto y al parecer de estatura baja, portando una taza blanca en la mano. Ella mueve los labios para decir la frase: “¡Qué linda te ves trapeando Esperancita!” Como se puede observar en la imagen 5, al frasear la palabra “Pero...” la toma muestra a un hombre blanco, joven, de compleción delgada, limpiando un piso de color negro con un trapeador amarillo, al fondo se ven unas escaleras.

En la imagen 6 se aprecia como la mujer de manera sincrónica con la frase “...te faltó acá maldita criada” tira el contenido de la taza al piso. Posterior a esta acción, se muestra al hombre blanco frunciendo el ceño, entrecerrando los ojos y presionando los labios mientras detiene el trapeador amarillo entre las manos.



Imagen 5. Corresponde a la primera parte del meme de audio que dice: “¡Qué linda te ves trapeando Esperancita! Pero...” la cual tiene dos cortes. Recuperado de Franzezze (17 de abril de 2020).



Imagen 6. Corresponde a la parte subsecuente del meme de audio que dice: “...te faltó acá maldita criada”, la cual se conforma por dos cortes. Recuperado de Franzezze (17 de

Mensaje connotado: la persona que cumple con el estereotipo físico característico de la subordinación a partir de los elementos de la interseccionalidad se muestra con poder y es la que ejerce la violencia en la parte visual. El hecho de ser mujer de tez morena, complexión robusta, tener una edad media, ropa que corresponde a la labor de la limpieza de la casa y que no empata con la estética eurocéntrica, la asocia con la clase de bajos recursos económicos, generando un choque en los estereotipos planteados desde el colonialismo europeo. Mientras que el subordinando, empelado de limpieza de la casa, es representado por la persona con los atributos del estereotipo correspondientes al jefe o patrón; es decir, se muestra a un hombre, blanco, joven, con ropa asociada a la clase media.

Es así como el audiovisual en su conjunto lleva a cabo un cambio de perspectiva del meme, invirtiendo a manera de cuestionamiento, aquellas características interseccionales que son objeto de violencias a partir de la situación permanente o momentánea de los sujetos, como es la raza, el género, la clase social y el tipo de empleo que ejercen. De esta forma el usuario juega con el estereotipo introyectado en la estructura social correspondiente al rol de la empleada de las labores del hogar y al patrón. Este factor creativo, así como de resignificación es el que

produce la tensión necesaria para dar pie al procedimiento de la comedia en la repetición, generando sorpresa a partir de la reapropiación del meme de #Esperancita.

## CONCLUSIONES

El meme auditivo de #Esperancita evidencia una parte de la violencia estructural de las sociedades latinoamericanas, y la cual está estrechamente vinculada con el trabajo remunerado de la limpieza de las casas, así como con el género. Esto refleja una problemática social por su alta replicación y alcance, considerando que usualmente los usuarios de los medios conectivos seleccionan, dentro de la alberca de los memes, aquellas ideas que les hacen más sentido. Lo que quiere decir que muchos se encuentran cómodos con estas violencias estructurales, o las han normalizado.

Sin embargo, en el análisis de las imágenes del corpus, con base en el mensaje denotativo y connotativo, se vuelve evidente la conciencia de otros usuarios al no replicar la perspectiva del meme, lo que resulta clave en la reapropiación y resignificación. Por lo que el meme de #Esperancita, imitado de manera poco fiel en su forma visual, nos habla de la postura de ciertos creadores de contenido por proponer un cambio de perspectiva que permee el nivel social. A su vez, se pone en acción la creatividad para resignificar un meme de audio que alardea de una situación de dominio.

En los tres videos analizados se modifica el sentido del meme, planteando otras posibilidades de presentarlo e interpretarlo. De esta forma, la creatividad del contenido visual es la que genera la tensión a través de la sorpresa, dando como resultado la situación de comedia. Ya sea a partir de poner al ser humano al servicio de los animales; desde la actitud empoderada de un niño personificando el papel de las personas que tiene como labor remunerada la limpieza del hogar; o el cuestionamiento de las interseccionalidades impuestas de manera estructural, apelado al trueque de estereotipos, estos TikToks advierten otras posibilidades de generar empatía con respecto a una perspectiva distinta del meme original, obteniendo entre quinientos a trescientos miles de “me gusta”.

Sí bien, estos procesos creativos y de resignificación no son exclusivos de TikTok, la fragmentación entre sonido/audio y video a partir de la digitalización de los materiales, hace más fácil la reapropiación y abre múltiples posibilidades para los usuarios. La aplicación les permite centrarse en el yo performativo, en el cual sus cuerpos se vuelven el medio por el que se transmite el mensaje del meme, o parte de él (Shifman, 2014). Esto es evidente en el segundo video analizado, ya que se aprecia cómo desde la performatividad del cuerpo, el niño responde en actitud de defensa a la violencia ejercida contra él. Sin embargo, en el primer y tercer material, los cuerpos por sí solos comunican desde sus peculiaridades, tanto de cachorro, como de mujer morena de edad media y complexión robusta, reflejando características que biológicamente están atravesadas por el poder.

La reapropiación, que tiene como objetivo la replicación de un meme de persona a persona, refleja estructuras sociales determinadas, ante las cual se busca la resignificación y con ello un impacto en la sociedad. De esta manera, el meme al ser replicado, rompe con su sentido original, modificando una parte de la fidelidad de sus distintas dimensiones, ya sea en el contenido, modificando la ideología; de forma, cambiando la parte visual; y de perspectiva, proponiendo salidas al ejercicio del poder.

Por lo tanto, podemos decir que TikTok como herramienta tecnológica audiovisual, cuenta con características clave de digitalización que facilitan la reapropiación, la resignificación y la replicación de memes audiovisuales a través de la performatividad del cuerpo y la creatividad. Una vez que han logrado impactar a los usuarios, ellos decidirán si quieren imitar o modificar el mismo contenido, forma y perspectiva del meme, generando la tensión necesaria a partir de la sorpresa para dar pie a la situación de comedia a través de la repetición.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ana Bárbara [@anabarbaraooficial]. (24 de abril de 2020). *Que linda te ves trapeando #Esperancita #EsperancitaChallenge #MalditaCriada #Limpieza #Comedia #Cuarentena #YoMeQuedoEnCasa #YoMeNuevoEnCasa #Esperancita* [Video]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@anabarbaraooficial/video/6819378443969481989?lang=es>
- Aunger, R. (2002). *The Electric Meme. A new theory about how we think*. Free Press.
- Barthes, R. (2000). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Paidós.
- Becerra N., y Taype, A. (2020). TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19? Carta al editor. *Acta Médica Peruana*, 37(2). [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S172859172020000200249&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S172859172020000200249&script=sci_arttext).
- Bergson, H. (2016). *La risa: ensayo sobre el significado de la comicidad*. (2ª ed.). Ediciones Godot.
- Bhabha, H. (2002). *El lugar de la cultura*. Manantial.
- Blackmore, S. (1999). *The meme machine*. Oxford University Press.
- Burgess, J. (2008). ‘All your chocolate rain are belong to us’? Viral video. YouTube and the dynamics of participatory culture. En G. Lovink y S. Niederer (Eds.), *Video Vortex reader: Responses to YouTube*. Institute of Network Culture. <https://eprints.qut.edu.au/18431/>.
- Chateau, J. (1958). *Psicología de los juegos infantiles*. Kapelusz.
- Cruz, A. (2020, 7 de agosto). Adiós a TikTok en Estados Unidos, Trump firmó una orden que prohibirá la app. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/techbit/adios-tiktok-en-estados-unidos-trump-firmo-una-orden-que-prohibira-la-app>.
- Da Cunha, R. (2007). Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia* 32, 23-31. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550188006>.
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- Dennett, D. C. (1991). *Consciousness Explained*. Penguin.
- Distin, K. (2005). *The selfish meme*. Cambridge University Press.

- Duarte, C. (2015). *El adultocentrismo como paradigma y sistema de dominio. Análisis de la reproducción social de imaginarios en la investigación chilena juvenil* [Tesis de doctorado no publicada]. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Franzezze, L. [@leonelfranzezze]. (17 de abril de 2020). *La novela continúa... @donaluisa66 a Hollywood. #foryou #fyp #parati #tiktok #Esperancita #larosadeguadalupe #mexico #bolivia* [Video]. TikTok.  
<https://www.tiktok.com/@leonelfranzezze/video/6816793196119461125?lang=es>.
- Galeano, J. [@jazgale\_]. (23 de febrero de 2020). *#dogchallenge #Dexter* [Video]. TikTok.  
[https://www.tiktok.com/@jazgale\\_/video/6796674476550524166?lang=es](https://www.tiktok.com/@jazgale_/video/6796674476550524166?lang=es).
- Garibay, M. A. (1999). Introducción. En Aristófanes, *Las once comedias*. Porrúa.
- Jessurum, P. (2012). Lo cómico en la caricatura: un análisis de Bergson y Baudelaire. *Estudios de Teoría Literaria*, 1(2), <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/etl/article/view/142>.
- JuanDa [@juandamc]. (1 de abril de 2020). Ya va a cumplir un año este video :,) nadie sabe que nosotros lo hicimos xd [Video]. TikTok.  
<https://www.tiktok.com/@juandamc/video/6810834536587332870?lang=es>.
- Knobel, M., y Lankshear, C. (2007). *Online Memes, Affinities, and Cultural Production*. En C. Lankshear, M.Knobel, C. Bigum y M. Peters, (Eds.), *A new literacies sampler* (pp. 199-228). Peter Lang.
- La Barbera, M. (2016). Interseccionalidad, un “concepto viajero”: orígenes, desarrollo e implementación en la Unión Europea. *Interdisciplina*, 4(8), 105-122.  
<http://www.revistas.unam.mx/index.php/inter/article/view/54971>.
- Pérez, G. (2017). *El meme en Internet. Identidad y usos sociales*. Fontamara.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. Gedisa.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Massachusetts Institute of Technology.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Siglo XXI.
- Vélez, J. (2007) *Evolución en la tecnología: de la inteligencia artificial al meme*. Palabra de Clío.
- Winker, G., y Degele, N. (2011). Intersectionality as multi-level analysis: Dealing with social inequality. *European Journal of Women's Studies*, (18), 51-66. [https://gabriele-winker.de/pdf/Intersectionality\\_EJWS.pdf](https://gabriele-winker.de/pdf/Intersectionality_EJWS.pdf).
- Zylinska, J. (2012). Bioethics otherwise, or, how to live with machines, humans, and other animals. En T. Cohen (Ed.), *Telemorphosis: Theory in the Era of Climate Change* (vol. 1, pp. 203-225). Open Humanities Press. <https://quod.lib.umich.edu/o/ohp/10539563.0001.001/1:11/--telemorphosis-theory-in-the-era-of-climate-change-vol-1?rgn=div1;view=fulltext>.