

Lic. Prof. María Victoria Barreto Krämer- Memes en tiempos de pandemia: cuando lo viral es positivo.

## **Memes en tiempos de pandemia: cuando lo viral es positivo.**

**Lic. Prof. María Victoria Barreto Krämer**

### **Introducción**

El presente artículo tiene como objetivo rastrear el concepto de meme, sus características, y cómo podemos cuantificar el éxito en la recepción del mensaje que se quiere brindar a través del mismo. Además permite reflexionar sobre por qué es la viralización de memes es fundamental y en qué medida operan como representación de un clima de época, una manera de relacionarse con el mundo.

#### **1. Definición y características del meme**

La difusión constante en redes sociales de imágenes con referencia a un hecho político, una situación económica, social o inclusive religiosa específica en redes sociales se ha vuelto moneda corriente para la gran mayoría de los usuarios de este tipo de comunicación. Estas ideas que circulan, en donde se puede distinguir una unión entre texto e imagen que operan en un mismo nivel discursivo tienen la particularidad de ofrecernos una mirada sobre un clima de época.

El concepto de meme fue acuñado por el etólogo Richard Dawkins que sostiene que el meme, “es la unidad mínima de información cultural que se transmite de un agente al otro en un ambiente cultural determinado o en diferentes culturas.” (Mazzuchini y Torres, 2013: 3). En este sentido, es fundamental remarcar algunas características que poseen los memes y cómo de alguna manera puede medirse su efectividad a la hora de transmitir un mensaje.

Los memes tal y como son conocidos, son producto de Internet y está idea propia y fundante de las redes sociales de permitir estar conectados gran parte del tiempo y compartir todo tipo de mensajes e información. Si bien se podrían llegar a rastrear elementos presentes en las historietas o en el humor gráfico, el meme varía en una cuestión fundamental: este debe ser viral. Nace desde las masas, para las masas y cuanto más se comparte, mayor éxito alcanza. Es fundamental recordar que el principal objetivo del meme, es la viralización.

Lic. Prof. María Victoria Barreto Krämer- Memes en tiempos de pandemia: cuando lo viral es positivo.

Además, es importante destacar todos los géneros discursivos y formas del lenguaje se mezclan generando, por sobre todas las cosas, un producto masivo. En este sentido, el papel que juegan la parodia, la sátira y el humor hacen que el meme sea propenso a su reproducción masiva. Cabe destacar las competencias deben ser compartidas, tal como lo propone Kerbrat Orechioni para que el mensaje pueda ser decodificado. “Los modelos de producción/interpretación se apoyan sobre el modelo de competencia y su propósito es hacerlo funcionar” (Kerbrat Orechioni, 1987: 26 y 27).

Agregando a esta idea de lo fundamental que es el humor en el meme, es necesario que el texto y la imagen funcionen de esa manera. En muchos de los casos a analizar, la imagen está sacada de su contexto original y resignificada dentro de esa parodia. Por eso, hay ciertas imágenes que pierden su temporalidad, se descontextualizan, y pueden resignificarse constantemente generando así una suerte de memes base y de personajes que se vuelven hasta cotidianos.



Lic. Prof. María Victoria Barreto Krämer- Memes en tiempos de pandemia: cuando lo viral es positivo.



## **2. Las competencias ideológicas y culturales: una variable fundamental para el éxito del meme.**

Sí se tienen en cuenta las competencias ideológicas y culturales, tal y como son planteadas por Kerbrat Orechioni, podemos comprender una serie de memes surgidos a partir de la pandemia mundial generada por la propagación del coronavirus 2020 en donde para decodificar ciertos memes se apela a que emisor y receptor compartan este tipo de competencias generando así una correcta codificación y decodificación de mensaje.

Para este planteo se trabajará con los siguientes ejemplos:

La última cena (Il cenacolo o L'ultima cena) de Leonardo Da Vinci es un mural pintado entre 1495 y 1498. El mismo, se encuentra en la ciudad italiana de Milán y fue declarado Patrimonio de la Humanidad por el UNESCO en 1980.



Estamos atravesados por un contexto en el cual el contacto a través de videollamada se está volviendo cotidiano: reuniones, clases, cumpleaños y también se hace material en las obras de arte. En el caso de “Il Cenacolo” se lleva a cabo a través de

Lic. Prof. María Victoria Barreto Krämer- Memes en tiempos de pandemia: cuando lo viral es positivo.

una reunión vía la app Zoom<sup>1</sup>. En este sentido, si el receptor no experimentó este tipo de contacto o desconoce la obra original, este meme será obsoleto y perderá esa característica fundamental que tiene, que es justamente que sea viral. Finalmente, encontramos el meme de la suspensión de la Última Cena haciendo referencia también a la enfermedad.



### Marcos López: el artista argentino y la parodia.

Marcos López<sup>2</sup>, en sus años de carrera suele resignificar elementos propios de la cultura letrada, la gauchesca y la cultura popular argentina a través de la parodia. En este

---

<sup>1</sup> Esta aplicación consiguió insertarse mundialmente como herramienta para los nuevos modos de trabajo remoto y educación a distancia posicionándose en pocos meses como la más utilizada.

<sup>2</sup> Fotógrafo y artista plástico. Puede conocerse su obra en [www.marcoslopez.com](http://www.marcoslopez.com)

Lic. Prof. María Victoria Barreto Krämer- Memes en tiempos de pandemia: cuando lo viral es positivo.

caso, en la obra llamada “Asado en Mendiolaza”, perteneciente a la serie “ Sub-realismo Criollo”, retoma esta idea que circula en “La última cena” y lo resignifica agregando la idea de la reunión entre varones a comer un asado, como práctica social propia de las representaciones del “macho argentino” . Y que luego, es interpelado por el contexto de la crisis ocasionada por el brote de COVID-19 resignificando y mostrando que puede trasladarse esta representación a una videollamada.



Pero como antes se mencionó, se vuelve necesario conocer sus condiciones de producción para poder decodificar el meme y que tenga el efecto deseado que sería el humor en tiempos de pandemia.

El meme no es sólo texto e imagen

Lic. Prof. María Victoria Barreto Krämer- Memes en tiempos de pandemia: cuando lo viral es positivo.

Los memes hechos con video y música son muy importantes también para seguir trabajando sobre esta idea y teniendo como eje el contexto de producción, circulación y consumo (Verón, 1993:127). Para que esto sea muchísimo más claro, el ejemplo de portadores del féretro realizando su tradición funeraria en Ghana, país de origen. La magia de la edición hizo el resto y junto a otros videos y la canción Astronimia de Tony Igy convirtió este video en viral y representante mundial de los memes durante el coronavirus. En el segundo caso, además de lo antes mencionado, se realiza un cruce con un frame de Los Simpson agregando nuevas condiciones de producción a la imagen.



**Quando te agarra fiebre y miras por la ventana**



### 3. ¿Qué implica que sea viral?

Si se tienen en cuenta las Ciencias Médicas, el hecho de que algo sea viral, indefectiblemente tiende a ser una amenaza, pero en este caso, va a funcionar inversamente. Esto implica que si algo se vuelve viral, se disemina, se propaga, es que está dando buenos resultados. Aquellas estrategias desarrolladas desde el marketing, y los medios han sido exitosos. Los memes, no sólo se utilizan para representar una situación, sino que además se convierten en herramientas de campañas propagandísticas y publicitarias.

En este sentido, los virus mediáticos y los memes, reafirman aún más, esta idea de inyectar un mensaje o que los memes sean tomados como “troyanos de un mensaje” Jenkins (2009: 4).

Pero por otro lado, no sólo las agencias son las encargadas de armar memes. Así como nos llegan a través de las redes o inclusive de whatsapp, los receptores, pueden convertirse rápidamente no sólo en multiplicadores, sino también en creadores, ya que se han desarrollado múltiples apps y plataformas que llevan a que los consumidores de memes, puedan crear los suyos, apropiándose de ese momento específico en el tiempo para resignificarlo según sus necesidades.

Para trabajar esto, ejemplificaremos a partir de los siguientes memes que permiten que sean utilizados según las necesidades del efecto y del mensaje.

Lic. Prof. María Victoria Barreto Krämer- Memes en tiempos de pandemia: cuando lo viral es positivo.



Lic. Prof. María Victoria Barreto Krämer- Memes en tiempos de pandemia: cuando lo viral es positivo.

#### 4. Conclusiones

Tal como propone Dawkins y Jenkins en sus artículos, para que el meme sea lo que es debe ser, es decir viral, es necesario que en su ADN se encuentre el éxito, ya sea a través de una canción pegajosa, una imagen ya conocida, la elección de una estética y colores específicos o simplemente que haga referencia constante a ese contexto. Y además para que toda esta lógica funcione tanto emisor como receptor deben compartir competencias e inclusive, debe haber cierta identificación con lo representado en el meme.

Sumándole a esto, debe conservar una cuota de humor, elemento fundamental en este ADN del éxito.



#### 5. Bibliografía:

- Jenkins, Henry: Confesiones of an ACA-FAN. If it doesn't spread, it's dead (part I) Febrero 2009. Recuperado en [http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if\\_it\\_doesnt\\_spread\\_its\\_dead\\_p.html?fbclid=IwAR1TnmTLjVDksVKli0OjIEWYN9FNxXI7GjKXSgoojZYJb8HYsGFFmWa7oP0](http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html?fbclid=IwAR1TnmTLjVDksVKli0OjIEWYN9FNxXI7GjKXSgoojZYJb8HYsGFFmWa7oP0)
- Kerbrat Orechioni, Catherine: "La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje." Cap V. Edicial. Buenos Aires. 1987
- Mazzuchini, Santiago y Torres Carol: "Memecracia en Lima: plebiscito de revocatoria a Susana Villarán". Artículo 2013
- Verón, Eliseo. " La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad." Cap. V El sentido como producción discursiva. Gedisa. Barcelona. 1993