

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

La emergencia del meme en tiempos de pandemia

Año
2020

Autora
Vera, Natalia Elizabeth

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Vera, N. E. (2020). *La emergencia del meme en tiempos de pandemia*. 2do. Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM, nuevos escenarios entre emergencias y conflictos. Villa María: Universidad Nacional Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

**Segundo Congreso Latinoamericano de
Comunicación en la UNVM**

“La emergencia del meme en tiempos de pandemia”

Natalia Elizabeth Vera

Octubre 2020

A modo de introducción...

Asistimos a un escenario donde la pandemia ha modificado sustancialmente la vida del sujeto y las prácticas que llevábamos a cabo se han visto transformadas y resignificadas. La particularidad de esta situación excepcional es que se trata de una pandemia mundial hipermediatizada, donde la producción, circulación y consumo de información acerca del fenómeno ocurre en su totalidad en una sociedad donde esta signada por la convergencia digital y tecnológica. Así, comenzamos informándonos de la expansión del virus en otros continentes y finalmente, nuestro país tampoco estuvo ajeno a esta afectación.

Es infinito el caudal de información que circula y que se consume, visibilizando nuevas circunstancias a nivel mundial y produciendo innumerables sentidos en relación a ciertos tópicos. El humor ha sido un género que ha tomado una cierta preponderancia en este escenario, donde ha permitido, no solo mostrar las distintas situaciones que son vividas por los sujetos, sino que también han venido a informarnos acerca de situaciones conocidas y no conocidas que nos llevan a indagar de que se trata. Así es que dentro de lo humorístico, aparece el meme, entendido como “aquello que es copiado” (Dawkins, 1976) y tiene la función de producir y reproducir situaciones que son compartidas por distintos sujetos y colectivos.

El meme “en internet es abordado como un conjunto de signos, que son empleados como un recurso expresivo en foros de discusión y los espacios dados por las herramientas para la administración de redes sociales en línea, como parte además del repertorio común en los territorios digitales (Zalazar, 2014).

Corremos poco riesgo si afirmamos que nos encontramos en la era de mayor producción risible mediatizada de la historia.

Entre la cantidad de discursos que ha suscitado la pandemia, hay una serie de textos que sí están aportando algo atinado al respecto. Aquellos que llevan el signo del humor. Solo el humor está preparado para lidiar con la angustia que ha producido la incertidumbre y sorpresa de este confinamiento.

Todas las prácticas sociales están siendo atravesadas por el humor risible (Fratlicelli, 2020) donde tienen la particularidad de contar con la emergencia de un nuevo sujeto activo, inteligente, productor y consumidor que tiene la capacidad que crear y gestionar memes con una plataforma tecnológica y digital que lo hace posible. Se trata de sujetos amateur y profesionales, que han asumido un lugar protagónico en el escenario de las mediatizaciones.

Marco teórico

El presente trabajo se enmarca en el campo de la teoría de las mediatizaciones. Particularmente, este abordaje, sobre los modos de funcionamiento discursivo de los medios de comunicación, parte aquí de una mirada situada en la sociosemiótica como lugar de interrogación y análisis de la dimensión significativa de las sociedades actuales. Se hace necesario precisar, sin pretensión de profundizar aquí, que esta indagación, parte de supuesto teóricos asentados en el último cuarto del siglo XX y que concibe los procesos de transformación de las sociedades industriales y posindustriales a partir de la „instalación“ de los medios masivos de comunicación y el gradual paso de las denominadas „sociedades mediáticas“ a las „sociedades mediatizadas“. Este proceso complejo puso en crisis el modelo representacional de la comunicación y el rol de medios como „reflejo“ del funcionamiento de estas sociedades, erigiendo a los medios masivos de comunicación como las „grandes usinas de producción del sentido“. Sin embargo, se asiste en la actualidad a un nuevo fenómeno que interpela al paradigma de la

mediatización: la hipermediatización de las sociedades posindustriales. Es en este escenario actual en que se instala el debate acerca del „fin“ de los medios masivos de comunicación y el anuncio de la crisis del sistema de broadcasting. Esta crisis

supuso además la transformación de los procesos de producción, circulación y reconocimiento del sentido dando lugar a la emergencia del fenómeno del posbroadcasting y el networking. La convergencia tecnológica, la consolidación de internet y las nuevas formas de interacción en las redes sociales se presentan hoy como los ejes más relevantes del nuevo paradigma de la comunicación: la mediatización.

La circulación intersistémica y la emergencia de nuevos enunciadores suponen la consolidación de una circulación compleja de los medios masivos a las redes y de las redes a los medios masivos. Este modelo de la circulación hipermediatizada es

parte estructural de la cultura contemporánea dando lugar a la noción de „presentismo“. Este nuevo sistema de medios emergente convive con el tradicional en el marco de una cibercultura o cultura de la convergencia (Jenkins, 2006).

Las nuevas lógicas de producción y consumo del sentido en las redes sociales (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, entre otras) dan lugar al fenómeno de la interfaz producción-reconocimiento en la era de la digitalización. Este cambio en las condiciones de reconocimiento donde la pantalla se la asume como una superficie operatoria constituye el punto de partida para el análisis de este caso de circulación hipermediatizada.

En diálogo con este punto de partida utilizaremos el análisis de contenido que se encuentra en la frontera de otras técnicas como el análisis lingüístico, el análisis documental, textual, de discurso y semiótico. Esencialmente el análisis lingüístico, siguiendo a Bardin (1996 2aed.) intenta las reglas de funcionamiento de la lengua, mientras que el análisis de contenido trabaja sobre la práctica de la lengua. La lingüística estudia la lengua para describir su funcionamiento, el análisis de contenido trata de saber lo que hay detrás de las palabras.

Cuando nos estamos refiriendo al análisis de contenido de un texto – y, en general de cualquier tipo de expresión- a lo que se está aludiendo en realidad, de una forma un tanto paradójica, no es al texto mismo, sino a algo que estaría localizado fuera de él y que se definiría y revelaría como su “sentido”. El análisis de discurso hace referencia fundamentalmente al acto conversacional y a los procesos estructurales de interacción que en él se producen (Abela)

El análisis de contenido incluye un conjunto de técnicas de organización de comunicaciones/informaciones – un procedimiento frente a datos cualitativos para hacer surgir temas/tópicos y conceptos/conocimientos. El contenido de una comunicación, considerando el discurso humano hablado y escrito, es complejo y presenta una valiosa característica polisémica.

Análisis

Frente a los numerosos memes que circularon al comienzo y durante el confinamiento obligatorio -18 de marzo de 2020-, tales como, los anuncios del presidente, su rol pedagógico, la resignificación de lo que supone ser héroe en el año 2020, las vincularidades de parejas, la reconfiguración de actividades cotidianas de los hogares como sacar la basura, hacer las compras, dormir, cocinar, lavar, leer entre tantas otras actividades, a los fines de este trabajo, los tópicos seleccionados son dos: el primero relacionado al aumento de peso producto del sedentarismo propio de la cuarentena, y el segundo, referido a la transformación de la práctica social de la educación. El fundamento de la elección de estos ejes tiene que ver por la cantidad de producciones y recuperaciones en su circulación y que son traídos a esta superficie discursiva para intentar abordarlo desde el análisis de contenido. Para ello tomamos 5 memes de cada tópico mencionado.

A continuación exponemos los 5 memes referidos al eje de la aumento de peso:

En relación al primer eje, podemos advertir rápidamente uno de los primeros efectos que trajo el confinamiento respecto a un tiempo distinto que vive el sujeto donde en muchos casos ha decantado en hacer mayores ingestas de alimentos, tener más tiempo para elaborar recetas y la limitación de la actividad física. Estas prácticas cotidianas han tomado visibilización desde el humor y ha funcionado como una especie de resorte para amortiguar la tensión que ha generado el encierro. Ahora bien, intentaremos ir un poco más allá para dar cuenta de cuáles son los sentidos que intentan instituirse en relación a la idea de los cuerpos.

En el caso del meme de la muñeca Barbie en cuarentena, muestra el cuerpo de una mujer con mayor peso en contraposición a lo que se ha instituido como ideal de belleza que tiene que ver con cuerpos esbeltos, delgados y rubios. Este meme presentado inocentemente y desde un lugar humorístico, es presentado en relación a algo que esta fuera de lo normal, y eso normal sería el cuerpo normalizado como esbelto. Asimismo, la figura de la mujer que abre la heladera se delinea en el mismo orden de lo mencionado anteriormente, donde el aumento de peso da cuenta de un cuerpo gracioso, burlado y poco atractivo en relación al cuerpo delgado que aparece al lado. Estas imágenes que se presentan de manera inocente suponen sentidos contruidos en tornos a lo que se entiende como cuerpos aceptables.

En segundo lugar, presentamos los 5 memes que dan cuenta del cambio producido en las prácticas educativas:

En relación a este eje, viene a dar cuenta de la fluctuación y transformación que han sufrido las prácticas educativas. Esto alcanza tanto al alumno/a que se siente agobiada/o por la cantidad de tareas, a la presencia del cuerpo del docente frente a la pantallas, a las múltiples estrategias de escapes que un alumno podría adoptar frente a una situación comprometedora o incómoda en la videoconferencias, al abrumamiento de las reuniones virtuales que atraviesan la vida de los sujetos y finalmente, la visibilización de distintas circunstancias de

familias limitados por la falta de espacio y recursos tecnológicos. Si bien en su mayoría esta nueva dinámica educativa es recuperada desde el humor, también nos viene a informar posibles situaciones de quienes no transitan este confinamiento en condiciones aceptables. No han sido pocos los memes puestos a circular como modo de visibilizar situaciones que funcionan como reclamos al gobierno frente a la emergencia sanitaria y económica que conllevan dicho confinamiento. La circulación de los memes es compleja (Carlón, 2016) en tanto en cuanto emergen muchas veces desde abajo, o sea, en las redes sociales, bajo la producción de enunciadores amateur o en otros casos a través de enunciadores con mayor legitimación que hacen que dicha circulación tenga momentos de mayor performatividad y recuperación ya sea por otras redes sociales, como así también en medios masivos. Si bien, no es el objetivo de este trabajo dar cuenta de la complejidad de la circulación, resulta interesante recuperar la idea de como esta circulación se manifiesta de manera concreta en las redes sociales personales o el tapas o voces de periodistas que pertenecen a medios masivos.

Tanto un tópico como el otro, han estado y están y están a la orden del día para vivir con humor aquello que causa angustia.

Tal como sostiene Fraticelli, quien reflexiona sobre el humor en tiempo de pandemia, entendemos que “a lo largo de la evolución, los seres humanos desarrollamos un sistema inmunológico que nos permite sobrevivir al ataque de virus y bacterias. Sin un tratamiento ni una vacuna en el horizonte cercano, el buen funcionamiento de ese sistema es clave para que superemos al coronavirus. Pero no es la única defensa natural que desarrollamos, también contamos con el humor. Recibir memes, videos cómicos y chistes sobre la pandemia. Este fenómeno que parece menor ante los graves problemas que nos presenta el COVID-19 es, sin embargo, una propiedad ineludible de nuestra contemporaneidad. No existe tema que no sea blanco del humor y pocas formas de comunicación se propagan tan exitosamente como él”.

Siguiendo los lineamientos del autor el auge de la circulación de memes ha traído numerosas novedades a la historia de la mediatización reidera. “Una de las más notables es que lo risible vuelve a ser indisciplinado. Durante el proceso civilizatorio europeo, lo reidero fue domesticado. Las instituciones expulsaron los géneros, temas y estilos ofensivos, y lo mismo hicieron, luego, los medios masivos de comunicación. La producción risible de la pandemia nos permite advertir cambios que dan cuenta de cuál es la percepción de la población sobre la enfermedad. En Argentina, antes de la llegada del COVID-19, el humor negro fue más cómico que humorístico. Lo que prevaleció fue la burla. Tanto amateurs como profesionales se rieron fundamentalmente de los chinos por contraer la enfermedad, por sus costumbres y sus muertos, y en el caso abordado reímos de nuestras propias vicisitudes que ha conllevado el confinamiento”.

En el chiste y su relación con el inconsciente, Freud utiliza ese género para explicar cómo opera el humor y tiene que ver como el sujeto toma distancia de la situación penosa que lo aqueja para reírse de sí mismo en ella.

Fratlicelli sostiene que “ese mecanismo de defensa llevado a la mediatización implica una identificación entre quien hace la broma, quien se ríe con ella y el blanco de la ridiculización. Si lo cómico era reírse del otro, el humor es reírse de nosotros mismos, porque ahora sí, por mal que le pese al ego argentino, somos una víctima más de la pandemia”.

Con la constitución de las sociedades hipermediatizadas, se ha instalado un dispositivo, que llamaremos *Humor Hipermediático*, que genera continuamente interpretantes que enmarcan lo social en los inestables juegos polisémicos de lo reidero.

Este humor mediatizado ya no es exclusividad de los medios masivos sino que también lo producen individuos y colectivos hipermediatizados, tanto profesionales como amateur. Esta multiplicación de enunciadores es acompañada por una imposibilidad de regulación institucional porque, aun cuando lo intentan, las

plataformas no logran imponer ningún “manual de estilo” ni son eficaces sus censuras.

Conclusiones

Sea la razón que sea, estamos viviendo un momento particular en el que parece desplegarse globalmente la defensa del humor.

La pandemia ha venido a hacer visible interfaces –entendido este concepto como espacios de interacción- que venían en crisis. Esto aplicado ya sea a espacios de salud, educativos, sanitarios e institucionales, entre otros, y con esta situación estamos obligados a rediseñar muchas cosas, entre ella está el sistema educativo recuperado hoy desde el humor de los memos, como así también otras interfaces.

La idea del espacio, de la geografía humana se ha apagado. No está el sujeto que lo habitaba con su cuerpo, sino que emerge un nuevo sujeto virtualizado con nuevas lógicas de funcionamientos y continuidades. Hemos perdido la intuitividad de aquello que era conocido por todos para tener que empezar a buscar, hacer click y encontrar a otro dentro de lo mediatizado. Esto supone nuevas reglas de utilización de los espacios y las prácticas cotidianas cuya característica fundamental es la plataforma tecnológica que la sostiene. Y en este sentido, emergen con gran fuerza 3 grandes cambios que son el espacio, el cuerpo y el tiempo. Ya este último se venía re configurado en el marco de la era contemporánea donde hay una necesidad de mostrar al sujeto narcisista en cada cosa que hace y actualizar sus actividades en un tiempo no mayor a 24hs.

Se ha producido un dislocamiento en el cual la tecnología emerge con gran fuerza. Google nos puede avisar cuantas personas hay en tal lugar, nuestras intervenciones en redes sociales son utilizadas como datos para ofrecernos productos y servicios. Cada aplicación accede a nuestra ubicación y archivos de fotos, audio e imágenes. Este movimiento emerge en una tensión entre lo que podría pensarse como una socialidad de las redes entendidas como solidarias y

colaborativas y una socialidad técnica donde podemos pensar a los usuarios como algoritmos para ofrecernos productos. Pues bien, si bien se ha corrido cosas, se ha encontrado otro lugar que es la mediatización, más allá de la complejidad que conlleva y que se acaban de mencionar.

Finalmente, cierro y encauso el porque de estas precisiones anteriores que tiene que ver con el espacio, cuerpos, movimientos y demás, y tiene que ver que hasta que nos acomodemos a esta nueva vida, el humor funcionará como esa zona de escape para reírnos de nosotros mismos. El COVID 19 nos ha quitado el contacto y la distancia, pero no nos ha quitado la posibilidad de reírnos y divertirnos con lo que nos sucede. Allí ha estado y esta la semiótica como ese lugar de interrogación de aquello que se nos presenta como real y humorístico en este caso, pero que nos brinda las herramientas para instalar la sospecha de aquello que se dice y desarrollar una mirada crítica de la realidad social.

Bibliografía

- **Abela. J.** *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada.* Apunte de cátedra.
- **Carlón, M (2016) CARLON, M, (2016),** "Nuevas condiciones de circulación discursiva" (Archivo PDF). Recuperado de <http://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2016/03/TPDOC-SEMIOTICADEREDES-MCARLON-UBA.pdf>
- **Claudinei, José y Ribeiro Turato. E.** (2009) *Análisis de contenido en investigaciones que utilizan la metodología clínico-cualitativa: aplicación y perspectivas.* Revista Latino-am. Marzo-Abril 2009
- **Fraticelli, D.** (27 de abril de 2020). *La pandemia del humor* en Hipermediaciones. Recuperado en https://hipermediaciones.com/2020/04/27/la-pandemia-del-humor/?fbclid=IwAR3o-XNZ_RkhyxwYgpZzGVzXGtjh fayjs-HjPIfBW7MIlzyf00WJpOix5yl
- **Fraticelli, D.** (4 de mayo de 2020). *¿Por qué la pandemia es terreno tan fértil para el humor?* Página 12. Recuperado en <https://www.pagina12.com.ar/263593-por-que-la-pandemia-es-terreno-tan->

[fertil-para-el-humor?fbclid=IwAR08O3CoqjiYCKZ7jxcSmDgDINzMDZaym8lvUjrAy3wRCKj3pojeNahgyN0](https://www.facebook.com/fertil-para-el-humor/?fbclid=IwAR08O3CoqjiYCKZ7jxcSmDgDINzMDZaym8lvUjrAy3wRCKj3pojeNahgyN0)

- **G. Pérez, A. Aguilar, M.A. Guillermo** (2014). *El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake*. Revueltas interconectadas. redes, comunicación y movimientos sociales. Revista Argumentos. Año 27. Núm. 75. Mayo-Agosto 2014. Uam-Xochimilco. México.