

Una aproximación temática, retórica y enunciativa al i-meme. El caso de la pandemia de COVID-19

A thematic, rhetorical and enunciative approach to the i-meme. The case of the COVID-19 pandemic

CLAUDIO TOMÁS LOBO - ORCID 0009-0004-3797-0665

NATALIA ELIZABETH VERA - ORCID 0009-0001-1657-5138

(pág 221 - pág 232)

RESUMEN. A partir de las medidas gubernamentales de aislamiento social, preventivo y obligatorio, las plataformas de comunicación a distancia se fueron convirtiendo en reservorios del lazo social. Observamos allí una fuerte proliferación de estos productos semióticos denominados MEMES. El artículo pretende ser una aproximación inicial al fenómeno teniendo en cuenta las múltiples características del i-meme a la luz de los planteos de Steimberg (1993). El meme en tanto género en su “carácter de institución –relativamente estable–, puede definirse como clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí, y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas del desempeño semiótico e intercambio social” (1993, p. 1). Desde este lugar, el i-meme en tanto género con un conjunto de regularidades, ha posibilitado la postulación de condiciones de previsibilidad y la descripción con mayor nitidez de sus rasgos temáticos y retóricos.

Palabras claves: i-memes – género – temático – pandemia - internet.

ABSTRACT. From the government measures of social, preventive and mandatory isolation, remote communication platforms became reservoirs of the social bond. We observe there a strong proliferation of these semiotic products called MEMES. The article aims to provide an initial approach to the phenomenon, taking into account the multiple characteristics of the i-meme in light of Steimberg's proposals. The meme as a genre in its “institutional character -relatively stable-, can be defined as classes of texts or cultural objects, discriminable in any language or media support, which present systematic differences among themselves, and that in their historical recurrence establish conditions of predictability in different areas of semiotic performance and social exchange” (1993, p. 1). From this point of view, the i-meme is both a genre with a set of regularities, it has allowed for the postulation of predictable conditions and genre descriptions articulate thematic and rhetorical features more clearly.

Keywords: i-memes – genre – theme – pandemic- internet.

CLAUDIO TOMÁS LOBO. Universidad Nacional de San Luis. Es Doctor en Semiótica (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina) con formación posdoctoral en análisis del discurso político y mediático (Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador). Especialista en Investigación de la Comunicación (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina). Licenciado en Comunicación Social y Periodista Universitario (Universidad Nacional de San Luis, Argentina). Profesor Asociado de la Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad Nacional de San Luis, Argentina. Autor de publicaciones nacionales e internacionales en formato de libros, capítulos, artículos y conferencias vinculados al campo del análisis del discurso, la comunicación y el lenguaje. Participa activamente en congresos, seminarios y acontecimientos científicos a nivel nacional e internacional.

Mail: claudio.t.lobo@gmail.com

NATALIA ELIZABETH VERA es Doctoranda en Semiótica (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina). Tesista de la Especialización en Investigación en Ciencias Sociales y Humanas (Universidad Nacional de San Luis). Lic. en Comunicación Social y Periodista Universitaria. Profesora e Investigadora integrante del Proyecto PROICO 4-1312 “La Comunicación en las sociedades mediatizadas: prácticas y discursos en la construcción de identidades”. Ha publicado artículos e investigaciones en revistas nacionales y ha sido ponente en diversos congresos en el campo de la comunicación.

Mail: nataliaelizabethvera40@gmail.com

FECHA DE PRESENTACIÓN: 21/04/2023 **FECHA DE APROBACIÓN:** 19/05/2023

1. INTRODUCCIÓN

El campo de las mediatizaciones constituye un espacio de interés no solo porque nos permite dar cuenta de la evolución del funcionamiento de los medios de comunicación social, sino porque además con el advenimiento de la pandemia, se ha visto reconfigurada su lógica de funcionamiento. A finales de 2019 el mundo se vio sacudido por el inicio de una pandemia que alcanzó a todos los rincones del planeta y alteró los modos de vida de la humanidad, con medidas de aislamiento, largas cuarentenas, aplicación de protocolos para todo tipo de actividades, etc. Pero la llegada de esta crisis sanitaria se desató en un escenario particular, una sociedad hipermediatizada, lo que ha suscitado una reorganización circunstancial de nuestras interacciones sociales y ha generado fenómenos producción y de circulación de sentidos susceptibles de ser analizados desde el campo de la semiótica.

Como sostienen Gurevich y Bitonte (2022, p.1) una de las consecuencias de las medidas de confinamiento, que nos obligó bajo el lema “Quedate en casa”, a evitar todo contacto directo con nuestros semejantes, fue la de encontrar los medios para no perder ese lazo fundante de nuestras identidades subjetivas que es la del contacto. No estábamos acostumbrados a esa suspensión total del contacto y a ciertas ausencias. El virus perforó nuestra realidad, en tanto y en cuanto, vivíamos en una especie de burbuja donde dábamos por sentado el mundo y de repente, ese mundo que estaba ahí, quedó en suspenso. Quedó en suspenso el contacto. Quedaron en suspenso las actividades en masa. Quedó en suspenso el tiempo y quedó en suspenso la configuración del espacio. En la misma línea los autores sostienen que:

En este contexto de emergencia sanitaria mundial somos protagonistas de dos procesos distintos pero estrechamente vinculados: la virtualización de la vida cotidiana y viralización de la comunicación. Una de las manifestaciones más notables de este fenómeno son los i-memes. Los i-memes son poderosos replicadores culturales de alcance viral que utilizan como vehículo a las redes sociales y como soporte, los materiales provenientes de la cultura y los medios de comunicación. (Gurevich y Bitonte, 2022, p. 3)

En este escenario, advertimos la irrupción del ‘meme’ como un lugar de reconfiguración de la espacialidad, temporalidad y en la manera de representarnos a partir de esta nueva discursividad. Teniendo en cuenta esto, nos interpeló realizar un rastreo y análisis de aquellos memes de alta circulación en el período más crítico del confinamiento en nuestro país, desde marzo a julio del año 2020 en la red social Facebook.

Partiendo de nuestro objeto de estudio señalamos el amplio consenso que existe en torno a considerar a los i-memes como memes *on line* cuyas condiciones de producción, circulación y consumo están atravesados por la mediatización y las lógicas de la viralización a partir de la expansión de las redes sociales. Tal como señala Jost (2023) “la novedad indudable de los memes es su modo de transmisión, que se asimila rápidamente a la viralidad, aunque no sea exclusiva de todos los memes” (2023, p. 25). En este sentido es necesario diferenciar lo que es constitutivo (que lo define como tal), de lo aleatorio (su viralización), ya que esto último es facultativo, pero “solo está en potencia y nunca es seguro que se actualice” (2023, p. 26).

Los memes de Internet pueden definirse como “un medio que transmite un suceso, material o idea – que pueden tener la forma de una imagen, video, música, frase o broma– que es seleccionada, modificada y transmitida de persona a persona en Internet” (García Huerta, 2014, p. 3). Desde el punto de vista técnico se trata de unidades de información, en tanto pequeños fragmentos de texto, imágenes, sonidos o videos con otros usuarios.

Los i-memes gráficos se caracterizan por presentar una condensación de sentidos en un golpe de vista, que conjuga texto, imagen, color, diagramación, yuxtaposición, que tienden al humor, la reflexión o la crítica política.

Asimismo, teniendo en cuenta las múltiples características del i-meme, podemos pensarla a la luz de los planteos de Steimberg (1993, p.1), en tanto:

género en su carácter de institución –relativamente estable–, que pueden definirse como clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí, y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas del desempeño semiótico e intercambio social.

En relación con los géneros discursivos, Bajtín en su planteo sobre este eje, ha intentado definir ese efecto de previsibilidad y esas articulaciones históricas: les adjudicó la condición de horizontes de expectativas que operan como correas de transmisión entre la historia de la sociedad y la historia de la lengua ([Bajtín, 1998] en Steimberg, 1993). Desde este lugar, el i-meme es un género con un conjunto de regularidades. El señalamiento de esas regularidades ha posibilitado la postulación de condiciones de previsibilidad en la lectura de la cadena memética. Las descripciones de género articulan con mayor nitidez rasgos temáticos y retóricos, sobre la base de regularidades enunciativas. Volviendo a la idea anterior, Steimberg (1993, p. 2) postula:

la dimensión temática es aquella que en un texto hace referencia a acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto. El tema se diferencia del contenido de un texto por ese carácter exterior a él, ya circunscripto por la cultura. Lo retórico se entiende no como un ornamento del discurso, sino como una dimensión esencial a todo acto de significación, que abarca todos los mecanismos de configuración de un texto que devienen en la combinatoria de rasgos que permite diferenciarlo de otros.

Así, se define como enunciación al efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico y desde esta aproximación, el análisis enunciativo resulta lógicamente posterior al retórico y temático.

Otra de las matrices constitutivas que pudimos reconocer en el fenómeno memético analizado es la faceta del humor, particularmente lo relativo a lo “risible” (Fraticelli, 2020), “como categoría que permite englobar el humor y lo cómico”. Dentro del campo de lo humorístico, en este escenario hipermediatizado emerge el meme, entendido como “aquel que es copiado” (Dawkins en Pérez Salazar, 2014) y aparece como una manifestación de producir y reproducir situaciones que son compartidas por distintos sujetos y

colectivos. Finalmente, estas replicancias no agotan la capacidad transformadora inherente a los procesos de circulación que no se reducen a los memes. La forma en que el meme es replicado, con base en lo dicho por Dawkins (1976), plantea reflexiones de la mayor pertinencia desde las Ciencias Sociales:

La expresión de dicha replicación implica la puesta en práctica de procesos comunicativos en los que, además de que el meme adquiere un uso que es socialmente construido, se construyen diversos sentidos en torno a dicha reelaboración (Pérez Salazar, et al., 2014, p. 3).

Ahora bien, resulta necesario reflexionar que el i-meme emergió con fuerza en una pandemia en donde en una de sus aristas, fue hipermediatizada. Esto supone que los memes circularon constantemente de las redes sociales a los medios masivos y viceversa. Esta compleja y dinámica circulación de discursos en general, y de i-memes en particular, conllevó a tener en cuenta un concepto que atraviesa esta lógica de circulación y es la idea del tiempo en esa circulación. Esta lógica de funcionamiento de las nuevas sociedades hipermediatizadas son características fundamentales de la llamada era “contemporánea” (Carlón, 2018) y en la actualidad asistimos a un nuevo fenómeno que interpela al paradigma de la mediatización: la hipermediatización de las sociedades posindustriales. 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. Y en este escenario, lo contemporáneo implica un nuevo régimen de historicidad que es el presentismo que está “encarnado en el hecho de que el espectador vive desea vivir cada vez más en un presente que él modela de acuerdo a sus propias necesidades, no el que le imponen las instituciones (Carlón, 2018, p. 8). Este modelo de la circulación hipermediatizada forma parte estructural de la cultura contemporánea dando lugar a la noción de ‘presentismo’.

Y este nuevo sistema de medios convive con el tradicional en el marco de una cibercultura o cultura de la convergencia (Jenkins, 2006). Este ecosistema de medios (Scolari, 2015) dio lugar a nuevos escenarios en la era digital basados en la interactividad, la digitalización y la reticularidad. Las nuevas lógicas de producción y consumo del sentido en las redes sociales (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, entre otras) dieron lugar al fenómeno de la interfaz producción-reconocimiento en la era de la digitalización.

La circulación intersistémica y la emergencia de nuevos enunciadores supusieron la consolidación de una circulación compleja de los medios masivos a las redes y de las redes a los medios masivos. Justamente la idea de tiempo que nombrábamos anteriormente denominado “presentismo” permite estudiar la mediatización de la era contemporánea en el actual escenario atravesado por internet. Para abordar lo contemporáneo, Carlón habla de tres niveles encadenados entre sí:

1. Un primer nivel que sería la mediatización, es decir como los medios masivos han perdido poder en su funcionamiento discursivo tradicional en cuanto a la circulación de sentidos. La vida social está cada vez menos estructurada en relación a los medios de comunicación. Y los espectadores no están dispuestos a seguir los tiempos de los medios de comunicación.

2. Un segundo nivel sería la manifestación de nuevos enunciadores y enunciatarios que tanto en la modernidad y posmodernidad estaban dominados por enunciadores institucionalizados. Hoy ya no son meros receptores sino también productores de contenidos complejizando este escenario.
3. El tercer nivel, plantea que en la era contemporánea se caracteriza por una compleja trama de circulación. Los contenidos que antes eran privados e íntimos ahora son estimulados por redes sociales para ser compartidos.

En resumen, recuperar la transformaciones y características de los medios de comunicación en distintos períodos y como se fueron configurando en cada momento nos lleva a recordar la metáfora de McLuhan quien sostenía que así como el pez descubre el agua cuando lo sacan de ella, las sociedades perciben su ambiente cuando este se modifica. Hoy vivimos un cambio muy vertiginoso de ambiente donde los medios han creado y crean ambientes que no siempre percibimos hasta que cambian. En este escenario, las instituciones, prácticas y conceptos nacidos en la modernidad y posmodernidad se resquebrajan ante las dinámicas de la vida contemporánea.

2. EL CASO DE LA PANDEMIA EN SU DIMENSIÓN TEMÁTICA, RETÓRICA Y ENUNCIATIVA

2.1. LO RETÓRICO



Figura 1. Mona lisa en pandemia



Figura 2. Barbie en cuarentena



Figura 3. Meme sobre divorcios y aumento e peso

Esta dimensión entendida como no como un ornamento del discurso, sino como una dimensión esencial a todo acto de significación, que abarca todos los mecanismos de configuración de un texto que devienen en la combinatoria de rasgos que permite diferenciarlo de otros e incluye 3 niveles: icónico, indidual y simbólico (Bitonte y Siri, 2020).

Una de las conductas que emergieron con fuerza en la cadena memética analizada fue la situación de 'gordura' como consecuencia del confinamiento obligatorio y los efectos por una falta de actividad, movimiento y sedentarismo característico de ese escenario. Desde esta dimensión resultó interesante indagar cuáles fueron los procesos a través de los que estas piezas culturales, en sus series de re contextualizaciones, fueron reconfigurando y atribuyendo sentido a un estado en particular de aumento de peso.

Desde lo icónico, en tanto relación de semejanza, se pudieron observar distintos retratos de la reconocida Gioconda La Mona Lisa, que posibilitaron el reconocimiento de esa figura desde la similitud y semejanza pero con la exageración humorística,

hiperbolizada, de una figura con sobrepeso. Desde la indicialidad, en tanto posibilidad de relación, aparecieron con ciertas características de contigüidad que remitieron a un estado de pandemia, esto a partir de la imagen de la Mona Lisa usando barbijo. Es decir, la posibilidad de ver la figura de la Mona Lisa con kilos de más remitió a un estado pandémico, una de cuyas consecuencias llevó al aumento de peso en general en la población. Y desde lo simbólico, tanto el deterioro en la imagen de la Gioconda con su rostro deteriorado y la otra, con aumento de peso, podría pensarse como una de las cualidades que se convino que fue producto del confinamiento. Asimismo, los campos disciplinares de la nutrición y el derecho aparecieron configurados en el orden de lo simbólico como aquellas disciplinas que se verían beneficiadas a raíz de las consecuencias de los desórdenes alimentarios y divorcios consecuentes a largos períodos de confinamiento.

En el caso de la producción memética de la muñeca Barbie engordada, podría pensarse como un ícono de la gordura a partir de los trazos en su figura, y como un símbolo de la pandemia, en tanto convención. Asimismo, tanto la Gioconda como la Barbie aparecieron como copia o similitud de su objeto conservando aspectos que los hicieron identificable. Las imágenes que constituyen el meme evocaron imágenes que en nuestra memoria asociativa activaron rápidamente ciertos atractores tanto con la obra de arte como la reconocida muñeca. Estos aspectos de las imágenes se volvieron fundamentales ya que permitieron el anclaje con el texto simbólico que también forma parte del meme y se encuentra en su lado superior (centrado), en el caso de la Gioconda y centrado e inferior en el caso de la muñeca Barbie.

Teniendo en cuenta a Ruiz Martínez (2018) la dimensión retórica en los memes por tanto implican ciertas técnicas y etiquetas que contribuyen al equilibrio entre norma o convención y sus posibles desvíos, tensión que es la que garantiza la correcta evaluación del valor u originalidad de estos con respecto de aquella.

La evolución de estos memes funciona además, por acumulación, ya que las sucesivas imágenes obligan a las nuevas a ser cada vez más delirantes que, tomado en su conjunto, nos sugiere una idea de clímax retórico. Se trata en efecto, de aunar realidades disímiles para juntas, obligar al receptor a resolver la aparente incongruencia o una suspensión de la incredulidad, y encontrar un sentido. Esta operación nos remite, en última instancia, al funcionamiento propio de las figuras retóricas según la cual se trata de esas reglas genéricas de los elementos de un enunciado que garantizan su aceptabilidad. En este sentido, los memes de internet cumplen algunas de las principales cualidades retóricas señaladas por Barthes (1980): son una práctica lúdica; es decir un conocimiento especializado de las reglas para su producción y lectura que conjugan los niveles lingüístico, denotado y connotado. Es decir, constituyen un lenguaje que contiene elementos y características susceptibles de ser clasificados y de generar un metadiscurso que los sujetos identifican, reconocen e interpretan. Y por último, los memes constituyen en cuanto discurso una práctica social que distingue a quienes lo dominan de quienes no (Shifman en Pérez Zalazar, 2014: 333) y que, como ciertos tipos de jerga, permite a sus usuarios reconocerse entre sí y eventualmente excluir a los no iniciados (Ruiz Martínez, 2018).

2.2. LO TEMÁTICO



Figura 4. Ausencia de peluquerías en pandemia

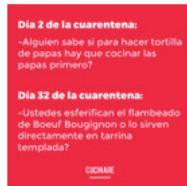


Figura 5. El boom de la cocina



Figura 6. Ola de divorcios

Cuando retomas tu vida normal pero te acostumbraste a la cuarentena



Figura 7. Aspecto de la vida en cuarentena



Figura 8. Classroom para estudiar en pandemia

Steimberg (2015) plantea la dimensión temática en referencia a acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados con un carácter exterior al texto, ya circumscripto por la cultura. La tematización apareció reconfigurada en una marcada y acentuada *modificación de la vida cotidiana*. Estos cambios se vieron arraigados en ciertas prácticas sociales y cotidianas que a partir del confinamiento se vieron resignificadas. La medida del distanciamiento social fue lo transversal a la afectación de la mayoría de prácticas sociales que se vieron resignificadas. Tal fue el caso de la ola de divorcios producto de una convivencia intensificada en algunos casos por la cantidad de horas compartidas o, en su caso contrario, vínculos que fueron resentidos por separaciones producto de repatriaciones nulas o simplemente por la circunstancia de quedar aislados en distintos lugares al momento de decretarse las restricciones. La interfaz de la educación fue uno de los grandes tópicos que desencadenó una ola memética en la línea de las controversias que conllevó dificultades para sostener y gestionar la práctica educativa. Plataformas de comunicación tales como Classroom, Jitsi Meet, Zoom entre otras, adquirieron una relevancia inusitada a la hora de intentar establecer un contrato de comunicación entre docentes y estudiantes que desencadenó situaciones humorísticas en el día a día. Específicamente a la hora de la confección de los materiales de estudios y los microcortes y puestas en escena para aparecer en pantallas. Asimismo, prácticas que tenían que ver con el cuidado personal se vieron resignificadas en tanto la ausencia de los profesionales dedicados a esto. De allí es que numerosas circunstancias que surgían a diario intentando asumir ese cuidado personal, decantaban en situaciones con grados de humor a través del i-meme.

Por otra parte, la idea del tiempo fue un elemento que adquirió una especial relevancia y fue resignificada en el orden de un cierto desconcierto producto del confinamiento. Las producciones daban cuenta de la dificultad de los sujetos en no diferenciar y asumirse como tales dentro del hogar y fuera del mismo.

Otro tópico muy significativo también, fue la “experticia” configurada en i-meme en temas de la cocina y pastelería. La cuarentena indefinida, la inacción, el encierro y el espacio limitado decantó en sujetos que tenían tiempo para cocinar y perfeccionar esta práctica. Este tópico no fue ajeno a la producción de i-memes que daban cuenta de ese tiempo particular a comienzo del año pandémico. Como sostienen Bitonte y Siri (2020) “los imemes recogieron temas de la vida social, política, cultural y mediática (información, farándula, celebrities) y los expresan a través de la parodia y el humor”.

Asimismo, pudimos reconocer que una matriz constitutiva transversal a los i-memes analizados fue lo humorístico. Fraticelli (2020) nos permite pensar esta categoría al realizar una distinción entre el humor y lo cómico para analizar los procedimientos de la risa:

Cuando te reís con humor, te reís de vos mismo, te permitís ser objeto de la burla. En cambio, lo cómico genera una risa ‘desde arriba’, sin ninguna identificación con el otro. En los últimos años lo cómico fue lo que primó en el terreno de lo visible, el reírse del otro. Y lo que pasamos a ver fue que en este tiempo de pandemia volvió a explotar el humor. Primero te reís del otro, que se está muriendo, que sería el terreno de lo cómico. Y cuando llega a vos y te reís de vos mismo, se transforma en humor.

En este sentido las prácticas sociales tematizadas y resignificadas fueron configuradas desde el orden de lo humorístico en tanto aquello que permitió reírse de uno mismo. Esta tematización no se encontró ajena a las dos transformaciones que advierte Carlón (2018), en tanto que las producciones meméticas se presentaron a cargo de enunciadores profesionales y amateur y dentro de estos, aquellos ciudadanos que atravesados por un escenario pandémico producían contenidos difuminando los límites entre lo público y lo privado. La vorágine de i-memes que fueron puestos a circular trastocaron los límites de lo *on line* y *off line* produciendo un crecimiento exponencial de eso que se estaba viviendo en las redes sociales.

Sin embargo, no sería pertinente ni razonable trazar límites taxativos entre las dimensiones temáticas y retóricas, ya que ambas coexisten en los memes de manera colaborativa y subsidiaria. En este sentido, uno de los aspectos de la pandemia que abordamos en el apartado retórico claramente lo podemos incluir en lo temático y es el caso de la ‘gordura’ y las maneras en que se tematizó. Este eje se configuró en cadenas meméticas durante la pandemia y de forma recurrente la gordura fue tematizada en diferentes escenarios y vinculadas fundamentalmente a lo laboral y el ocio en relación con los estados de ánimo.

Desde lo icónico, en tanto relación de semejanza, se pudieron observar distintos retratos de la reconocida Gioconda, La Mona Lisa, que posibilitaron el reconocimiento de esa figura desde la similitud y semejanza pero con la exageración humorística de una figura con sobrepeso.

2.3. LO ENUNCIATIVO

ALBERTO CADA VEZ QUE SE ACERCA
EL FINAL DE LA CUARENTENA

Figura 9. Extensión de confinamiento



Figura 10. Macri gestionando ayuda social

dia normal	dia de cuarentena
7:00 DESAYUNO	07:00 DESAYUNO
08:00 TRABAJO	08:00 TRABAJO
09:00 UNOS MATICITOS	09:00 UNOS MATICITOS
10:00 TENDO HAMBRE	10:00 TENDO HAMBRE
12:00 ALMUERZO	12:00 ALMUERZO
13:00 POSTRE	13:00 POSTRE
14:00 MATICITOS DE NUEVO	14:00 MATICITOS DE NUEVO
15:00 CHOCOLATITO	15:00 CHOCOLATITO
16:00 YA TENDRÍA QUE MERENDAR	16:00 YA TENDRÍA QUE MERENDAR
17:00 MERIENDA	17:00 MERIENDA
21:00 CENA	21:00 CENA
	22:00 CACAHUETES PARA ENDULZAR
	23:00 CENA
	22:00 ALGO DULCE ANTES DE DORMIR
	01:00 LOCOS HAMBRE

Figura 11. Un día en cuarentena

Finalmente, esta dimensión define como enunciación al efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico. En general, el análisis enunciativo se presenta como lógicamente posterior al retórico y temático. Siguiendo a Fraticelli, podemos señalar que en los memes analizados identificamos dos régimen enunciativos: un “régimen del humor (el reírse de sí)” y otro “régimen de lo cómico degradante (reírse del otro rebajándolo)” (2023, pp. 210). En los i memes propuestos se advierte una visión de mundo compartida, un modo de decir, que daba cuenta de un cansancio generalizado por la extensión indeterminada de los días de confinamiento. Asimismo, a modo de configurar las dinámicas diarias que ocurrían puertas adentro durante las restricciones, se produjo un meme que exasperó la ansiedad propia del encierro que decantaba en conductas de sentir de deseo de comer todo el día. En el caso del meme ‘un día de cuarentena’, el enunciador hipermediático se enmarca en un régimen enunciativo del humor en tanto “enunciador y enunciatario establecen una relación de simetría burlándose de sí mismo” (Fraticelli, 2023, pp. 58). Sumado a esto y en paralelo, las dificultades económicas producto de las imposibilidades de salir a trabajar, generó desde el gobierno una ayuda social para los sectores que se vieron fuertemente afectados. Ante esta situación se recrearon humorísticamente la presencia del ex presidente Mauricio Macri intentando ingresar al sistema de Anses para acceder al beneficio social. En este caso, al igual que el i meme ‘extensión del confinamiento’, podemos observar que el régimen enunciativo presenta grados de comicidad ya que, si bien, podemos conjutar que los *ethos* pre-discursivo marcaría una performatividad social más fuerte por parte de quienes son representados en los i memes (Macri y Fernández), en este caso, son objeto de burla dado que el blanco de la misma “tiene tiene una relación inferior con respecto a quien la realiza y a su cómplice (enunciatario)” (Fraticelli, 2023, pp. 59). El modo de construir dicho meme estuvo atravesado por la ironía, lo cómico y una forma de acentuar el momento crítico de ese momento. Así se construyó una posición e identidad en tanto sujeto afectado por las distintas circunstancias, a través de mecanismos participativos de creación, asociados a visiones culturales, políticas e ideológicas. Este modo de decir acerca de la situación económica de ese momento, de las dinámicas cotidianas y la extensión de los días de confinamiento, “configuran un actor socio-individual que genera modalidades de producción de contacto

a través de las *cadenas metonímicas del agrado* operadores de identificación, de interpelación y de construcción de vínculos inter–sujetos *on line*” (Gurevich, 2018, pp. 11). Creemos que lo facultativo que permite la viralización del i meme está asociado a que sea comprensible, sino para todos, al menos, para la mayoría. En este sentido, como advierte Jost la proliferación de los i memes está ligado (y tiene como límite) “la competencia enciclopédica de sus lectores o espectadores” (2023, pp. 123). Y en este caso, la viralización de los i memes que implicaron la representación de Fernández y Macri estuvieron constreñidos por el territorio, condición necesaria para su inteligibilidad y extensión viral.

3. CONCLUSIONES

El i-meme es un género con un conjunto de regularidades que posibilita reconocer ciertos matices que lo configuran de una manera muy particular en relación a lo humorístico y que tiene, además, la capacidad de reproducirse, re configurar situaciones de la cotidianidad en distintos espacios temporales. La pandemia no fue ajena a esa producción memética cuando se pusieron en funcionamiento las tres dimensiones de producción de sentido, icónica, indicial y simbólica en la producción memética. Lo icónico en tanto imitación y semejanza de las temáticas que se privilegiaron en ese momento, como fue el caso del aumento de peso, las dificultades de la interfaz educativa, la pérdida de la noción del tiempo y la extensión de cuarentena en relación al confinamiento. La dimensión indicial (relacional) de los memes posibilitó recuperar signos que remitieron inmediatamente la idea de un estado pandémico, desencadenante de su proliferación y la dimensión simbólica (cultural) fue imprescindible para su interpretación en tanto la convención sobre ciertas prácticas sociales efectos de sentido de ese momento crucial pandémico como lo fue, entre varios casos, el confinamiento.

El señalamiento de esas regularidades posibilitó la postulación de condiciones de previsibilidad en la lectura de la cadena memética. Toda esta discursividad se vio atravesada por lo humorístico, como condición de reconocimiento. Matiz que permitió reírse de uno mismo en momentos de mucha incertidumbre y angustia. No siempre ha sido posible reírse de dificultades propias, sobre todo en un escenario donde se colocaba en juego la salud y la muerte como emergente. La pandemia fue un escenario que permitió la conjugación de estas variables con la particularidad de contar con un escenario hipermediatizado, con sujetos activos que crearon y desarrollaron una inmensa producción memética para sumar al acervo cultural de ese momento. El i-meme vino a completar de alguna manera esa ausencia de contacto entre los sujetos y cubrió ese estado pathemico de desesperanza. Además de funcionar, en muchos casos, como una primera fuente de los hechos que acontecían a diario, permitieron recuperar, resignificar y enriquecer el conocimiento de situaciones que avanzaban en el día a día como lo fue, por ejemplo, la extensión de la cuarentena. Paradójicamente, la característica original del meme en tanto gen biológico o una unidad de cultura capaz de transmitirse y sobrevivir en un determinado ecosistema social (Ruiz, 2018), los i-memes sobre el virus COVID-19 encarnaron en el sentido amplio de supervivencia y resignificación “utilizando” a los seres humanos para sobrevivir y dejar marcas de un escenario impensado en los tiempos que nos tocó vivir. Sin embargo, en esta estrategia de supervivencia, los i memes no estuvieron exentos de las constricciones del sentido que el ser humano en su capacidad de agenciamiento, les imprimió.

En síntesis, a partir de una malla conceptual abarcativa en torno al imeme como género, recuperando las dimensiones transversales retórica, temática y enunciativa, el análisis se centró en el funcionamiento sínico del i meme en torno a un fenómeno particular, la pandemia. Asumiendo en una manifestación concreta esa regularidad sínica situada en una configuración temporal de circulación particular se pudieron describir dinámicas estructurales del i-meme como género: su capacidad de circulación, supervivencia, viralización y replicancia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, R. (1980). *Mitologías*. Siglo XXI.
- BITONTE, M. E. Y SIRI, L. (2020). Mediatisación de la pandemia a través de imemes. No todos los julios son iguales. Transcripción sumaria de la ponencia expuesta en el Coloquio 20/21 del CIM “Interacción: contactos y vínculos en la sociedad mediatisada antes y después de la pandemia”, el 15 de abril de 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=bcYPduDDADw>
- BITONTE, M. E. Y GUREVICH, A. (2022). Aislamiento social, preventivo e judicial. Pedagogía viral del contacto. *deSignis*, 37, 151-164. <https://www.designisfels.net/publicacion/i37-mediatizacion/>
- CARLÓN, M. (2018). Bajo el signo del presentismo: mediatisación, cultura y sociedad contemporánea. Trabajo presentado en *Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização. I Seminario internacional de Pesquisas em Midiatizações e procesos sociais*, (pp. 103-138). Santa Marfa FACOS. UFSM.
- FRATICELLI, D. (2020, 4 de mayo). ¿Por qué la pandemia es terreno tan fértil para el humor? Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/263593-por-que-la-pandemia-es-terreno-tan-fertil-para-el-humor>
- (2023). *El Humor hipermediático. Una nueva era de la mediatisación reidera*. Editorial Teseo.
- GARCÍA HUERTA, D. (2014). Las imágenes macro y los memes de internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación. *Revista de Tecnología y Sociedad*, 6.
- JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture*. University Press.
- (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- JOST, F. (2023). *Dígalo con memes. De la parodia al mundo digital*. (Trad.: Ariel Gurevich). La Crujía.
- PÉREZ SALAZAR, G., AGUILAR EDWARDS, A. Y GUILLERMO ARCHILLA, M. E. (2014). El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 75(27), 79 -100.
- RUIZ MARTÍNEZ, J. (2018). Una aproximación retórica a los memes de internet. *Signa*, 27, 995-1021.