



Simonetti, Paula, "El virus visible: la pandemia a través de los memes de internet. Una aproximación al caso de Uruguay".  
*Estudios de Teoría Literaria. Revista digital: artes, letras y humanidades*, julio de 2021, vol. 10, n° 22, pp. 67-81.

## El virus visible: la pandemia a través de los memes de internet. Una aproximación al caso de Uruguay

The visible virus: the pandemic through internet memes  
An approach to the case of Uruguay

Paula Simonetti<sup>1</sup>

Recibido: 13/05/2021  
Aprobado: 07/06/2021  
Publicado: 08/07/2021

### Resumen

La pandemia por COVID-19 ha trastocado las rutinas y las certezas cotidianas de millones de personas. Durante la crisis, las prácticas y los consumos culturales cobraron un rol relevante en la elaboración simbólica de un acontecimiento social inédito. Dentro del universo de prácticas culturales, los memes fueron grandes protagonistas de las redes sociales. Estos objetos culturales tuvieron un efecto catalizador de las ansiedades y temores gracias al humor que los caracteriza, pero también cumplieron otras funciones sociales, construyeron narrativas identitarias, movilizaron críticas y representaciones mutuas entre grupos sociales. En este trabajo exploraremos las narrativas de la experiencia uruguaya de la pandemia a través de un análisis cualitativo de un conjunto de memes. Tomamos para ello el período de marzo 2020 a febrero 2021, y trabajamos sobre una selección de 165 memes que circularon en Facebook e Instagram. Proponemos que existió un relato de la "excepcionalidad uruguaya" frente a la pandemia, construido a través de operaciones de afirmación identitaria y de distinción ante

### Abstract

The pandemic caused by COVID-19 has disrupted the routines and daily certainties of millions of people. During the crisis, cultural practices and consumption had a relevant role in the symbolic elaboration of an unprecedented social event. Within the universe of cultural practices, memes were great protagonists of social media. These cultural objects had a catalytic effect on anxieties and fears due to the humor that characterizes them, but they also fulfilled other social functions, building identity narratives, making visible criticisms and mutual representations between social groups. In this paper we will explore the narratives of the Uruguayan experience of the pandemic through a qualitative analysis of a set of memes. We consider the period from March 2020 to February 2021, and we work with a sample of 165 memes that circulated on Facebook and Instagram. We propose that there was a story of the "Uruguayan exceptionality" built through operations of identity affirmation and distinction against "other external", "other internal" and "other close".

<sup>1</sup> Licenciada en Letras (Universidad de la República, Uruguay), Especialista en Gestión Cultural (Universidad de la República), Magíster en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural (Universidad Nacional de San Martín), becaria doctoral del CONICET. Docente e investigadora en sociología de la cultura, políticas culturales, trabajo cultural. Contacto: psimonetti@unsam.edu.ar



“otros externos”, “otros internos” y “otros próximos”.

**Palabras clave**

Pandemia; COVID-19; memes; redes sociales; consumos culturales; Uruguay.

**Keywords**

Pandemic; COVID-19, memes; social media; cultural practices; Uruguay.

## **Introducción. La pandemia por COVID-19 en Uruguay**

**E**n Uruguay, la llegada de la COVID-19 coincidió con la asunción de un gobierno de derecha encabezado por Luis Lacalle Pou, que marcó el fin de un ciclo de quince años de gobiernos progresistas del Frente Amplio. A trece días del cambio de mando, se registró el primer caso positivo de COVID-19 en el país. Durante varios meses, la “gestión uruguaya” de la pandemia fue valorada y reconocida en el mundo, pero hacia fines del 2020 y comienzos del 2021 la escalada de contagios, las débiles medidas implementadas desde el Estado y la demora en la adquisición de las vacunas socavaron el relato del Uruguay como “modelo internacional”.

El gobierno uruguayo tomó una serie de medidas moderadas, que contemplaron el confinamiento voluntario en el inicio de la pandemia, las recomendaciones de distanciamiento social, la suspensión temporal de actividades “no esenciales” y de la presencialidad en la educación al principio del ciclo lectivo de 2020, medida que volvió a adoptarse hacia marzo de 2021 ante el aumento exponencial de los contagios, entre otras.

Los impactos de la crisis sanitaria se hicieron sentir con mayor crudeza en el sector de trabajadores informales, poblaciones vulneradas y mujeres. Crecieron los índices de desempleo y de pobreza, así como los de violencia de género y, en el ámbito del trabajo formalizado, miles de personas utilizaron el seguro de desempleo (“seguro de paro”). Durante el 2020, se calcula que se perdieron entre 60 mil y 70 mil puestos de trabajo a lo que hay que agregar 400 mil trabajadores informales que no contaron con sistemas de protección y fueron duramente golpeados por la crisis (Rieiro et al.).

Las medidas de ayuda social estatal resultaron insuficientes, al tiempo que se tomaron otras que agravaron la crisis, como el aumento de tarifas en los servicios básicos. En términos generales, las inversiones del Estado uruguayo para paliar la crisis socioeconómica fueron menores a las que realizaron otros países de la región, según destacó la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).

En Uruguay, como en el resto del mundo, las prácticas y los consumos culturales cobraron centralidad en la gestión y elaboración cotidiana de la crisis. Entre las prácticas culturales, la producción y circulación de memes a través de las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea fue una de las más extendidas. En este texto nos proponemos reflexionar qué relatos construyen y reflejan los memes sobre la experiencia uruguaya de la pandemia, analizando las características y las narrativas que circularon a través de estos objetos digitales entre los meses de marzo 2020 a febrero 2021.

El artículo tiene la siguiente estructura. En primer lugar, reflexionamos sobre el rol de las prácticas y los consumos culturales en el afrontamiento de la crisis social provocada por la pandemia. En segundo lugar, en diálogo con la literatura, establecemos una caracterización de los memes y describimos sus principales funciones sociales. En tercer lugar, damos cuenta del abordaje metodológico construido para el análisis de los memes que circularon en Uruguay y caracterizamos en términos generales la muestra seleccionada (165 memes). En seguida, analizamos las narrativas críticas y humorísticas y proponemos que existió un relato identitario que construyó una “excepcionalidad uruguaya” frente a la pandemia. De este modo, en un juego

de nosotros/los otros, este relato fue transformándose conforme se modificaba la situación de emergencia en el país. La “excepcionalidad uruguaya” se mantuvo pero cambió radicalmente de signo. Por último, presentamos algunas reflexiones a modo de conclusión.

### **Las prácticas y consumos culturales en el afrontamiento de la emergencia sanitaria**

Ante la incertidumbre y la ansiedad, las prácticas y consumos culturales jugaron un rol clave en la elaboración afectiva y simbólica de la crisis. La pregnancia de los dispositivos tecnológicos y la utilización de internet en los consumos culturales es una tendencia documentada que no hizo más que agudizarse, debido al confinamiento y a la suspensión de prácticamente la totalidad de los espectáculos y actividades culturales presenciales durante varios meses. En paralelo, también se pudo observar un cierto repliegue de las personas hacia “lo analógico” durante el período de confinamiento (voluntario, en el caso de Uruguay), a través de un incremento de actividades como cocinar, leer en papel, jugar juegos de mesa, realizar jardinería, entre otras. No obstante, como mostramos en un trabajo reciente (Salas et al.) esta tendencia rara vez excluyó la utilización de dispositivos tecnológicos sino que más bien estuvo mediada por ellos. Así, las personas consultaban en *Youtube* recetas de cocina, realizaban cursos de jardinería en plataformas *online*, buscaban o compartían recomendaciones a través de sus grupos de *WhatsApp*, adquirían libros usando aplicaciones de compra, etc.

Los dispositivos tecnológicos, las prácticas y los consumos culturales no solo respondieron a la necesidad social apremiante de informarse o de entretenerse, sino también a necesidades afectivas, de conexión con otros, y existenciales, en la búsqueda de narrativas que brindaran marcos de sentido ante un acontecimiento inédito y conmovedor. De este modo, en una coyuntura que trastocó desde los actos más rutinarios y automatizados como levantarse para ir a trabajar, llevar a los hijos o hijas a la escuela, ir al supermercado, hasta rituales sociales que pautan qué hacemos en nuestros cumpleaños o cómo actuamos cuando alguien cercano enferma gravemente o muere, la demanda de adaptación ha tenido enormes costos físicos, afectivos y psíquicos.

En síntesis, en una crisis que ha confinado a poblaciones enteras, donde los lazos sociales en el ámbito doméstico parecen saturar al tiempo que otros entornos afectivos están amenazados a causa del distanciamiento, la utilización de artefactos tecnológicos y las prácticas que con ellos realizamos cobraron un sentido social y existencial, más allá de sus usos instrumentales (que también se intensificaron dado que se tornaron imprescindibles en tareas elementales como trabajar y estudiar).

Los análisis predominantes sobre consumos culturales suelen utilizar estrategias metodológicas cuantitativas, que permiten conocer qué y cuánto se consume/practica, atendiendo a sus variaciones en términos sociodemográficos (género, edad, lugar de residencia, entre las variables más consideradas). Ejemplo de ello son las encuestas nacionales de consumo cultural a cargo del Sistema de Información Cultural (Sinca) en Argentina, o los informes de consumos e imaginarios culturales en Uruguay (Dominzain et al.)

Los abordajes cualitativos, aunque menos preponderantes, permiten captar otros aspectos de gran relevancia. Por ejemplo, nos ayudan a entender cómo los consumos y prácticas culturales se inscriben en tramas cotidianas y relacionales particulares, la existencia de prácticas y consumos no previstas *a priori* por los analistas, las apropiaciones reflexivas que los actores realizan y los usos no preestablecidos de los objetos y dispositivos culturales (Moguillansky). En este último sentido, vale la pena recordar las palabras de Michel De Certeau:

Productores desconocidos, poetas de sus asuntos, inventores de senderos en las junglas de la racionalidad funcionalista, los consumidores producen algo que tiene la forma de “trayectorias” [...] trazan “trayectorias indeterminadas”, aparentemente insensatas porque

no son coherentes respecto al espacio construido, escrito y prefabricado en que se desplazan[...] Pese a tener como material los vocabularios de las lenguas recibidas (el de la televisión, el del periódico, el del supermercado o el de las disposiciones urbanísticas), pese a permanecer encuadrados por *sintaxis* prescritas (modos temporales de horarios, organizaciones paradigmáticas de lugares, etc.), estos atajos siguen siendo heterogéneos para los sistemas donde se infiltran y donde bosquejan las astucias de intereses y de deseos *diferentes* (41).

Si las personas siempre tenemos márgenes de acción y realizamos apropiaciones alternativas a las que prevén “las sintaxis prescritas”, cabe pensar que estos procesos se amplían y resignifican considerablemente cuando las sintaxis en que operábamos eclosionan.

Dentro del universo de los consumos y prácticas culturales, los memes ganan cada vez más lugar en la comunicación cotidiana de buena parte de la sociedad, especialmente entre la población joven. Durante la pandemia, fueron los grandes protagonistas de las redes sociales.

### Los memes: características y funciones sociales

Usamos memes para conectarnos a nivel afectivo con los demás. Por lo general, estos objetos nos hablan de lo cotidiano, lo absurdo y, en ocasiones, como en los memes pandémicos, lo cotidiano absurdo (MacDonald).

El término “meme” se inspira en la idea propuesta por el biólogo británico Richard Dawkins, que en su libro *El Gen Egoísta*, sugiere un modelo para explicar la difusión y capacidad de replicación de las unidades culturales al interior de la sociedad. Desde que fue acuñado, el término ha sido resignificado en diversos campos disciplinares con muy distintos sentidos (Chagas et al.). A partir de la década de 1990, el término refiere, sobre todo, a los signos que se expanden masivamente a través de las redes sociales, por medio de repeticiones y reelaboraciones en manos de un sinnúmero de usuarios y comunidades.

Los memes pueden definirse como piezas u objetos digitales hechos a través de montajes de pocas imágenes y palabras, están cargados de humor y se prestan fácilmente a operaciones de difusión, copia, reedición y reelaboración (Chagas et al.). Aunque un meme puede adoptar diversos formatos, el más habitual es el llamado “imagen macro”, que consiste en una fotografía o imagen que puede acompañarse de una frase ingeniosa (Grundlingh 155).

Desde la lingüística pragmática, los memes pueden concebirse como “actos de habla”. En tanto tales, son unidades comunicativas, objetos digitales compuestos por imágenes reconocidas socialmente sobre las que “se produce una intervención o manipulación que crea sentido o recrea el sentido original y es puesto en circulación nuevamente” (Venier 29). Una de sus propiedades es su capacidad de volverse “viral” o expandirse por “contagio” en medios digitales.

Los memes se caracterizan, entre otras propiedades, por: su variación y reproductibilidad (Heylighen y Chielens) su irradiación inmediata (Arango); su fecundidad y longevidad (Da Cunha); la utilización y montaje de diversos recursos digitales, semánticos y literarios (Knobel y Lankshear); la fuerte conexión con la cultura popular y la intertextualidad (Winocur).

Aunque son un fenómeno global, los memes funcionan en relación con sus contextos de circulación y están insertos en determinadas comunidades de sentido o espacios de afinidad (Knobel y Lankshear). A su vez, producen grupos internos y externos. Aquellos que se encuentran dentro de un grupo sienten que sus experiencias son compartidas, reconocidas y validadas por un colectivo más amplio (MacDonald). Es decir, son objetos culturales que si bien tienen un carácter viral y masivo, funcionan en espacios específicos, relacionales y trazan líneas divisorias entre grupos sociales –los que entienden y comparten la broma y los que no–.

Los memes condensan diversas capas de sentido, algunas globales y con relativa permanencia, otras contingentes y localizadas. Las comunidades en que circulan pueden ser extendidas y ampliadas, hasta muy restringidas y excluyentes. Actualmente, tanto partidos políticos como grupos de adolescentes, comunidades LGBTI, universidades, disciplinas académicas, entre muchos otros colectivos, tienen sitios dentro de las redes sociales dedicados a la creación y propagación de memes, muchas veces de manera exclusiva.

La capacidad que tienen los memes para replicarse y difundirse no tiene que ver con su sofisticación visual o textual sino con sus posibilidades de resemantización (Pérez Salazar). Estas posibilidades dependen de los repertorios culturales compartidos entre grupos sociales, que provienen de relaciones, referencias históricas, memorias en común y aspectos coyunturales concretos. Para Anastasia Denisova “los memes ayudan a las personas a reunirse y expresar sus ideas y opiniones en una perspectiva inmediata a corto plazo, con una estrecha dependencia del contexto” (30). A través de la circulación entre determinados colectivos, los memes provén un “sentido de comunidad en un mundo fragmentado” (Grundlingh 154). De esta manera, estos objetos “hacen *guiños* en relación con significados compartidos al interior de dichas comunidades, y quienes son ajenos a éstas, son incapaces de participar plenamente en la semiosis que tiene lugar a partir de su uso” (Pérez Salazar 85). Al mismo tiempo, pueden funcionar como recursos para elaborar relaciones de alteridad a través del humor y la parodia, como formas de autoafirmación colectiva ante la otredad.

De hecho, el humor es un componente central para explicar el alcance masivo de los memes. Ya Freud establecía que el humor y el chiste funcionaban como poderosos mecanismos psicológicos de adaptación, y Bergson hablaba del funcionamiento social de la risa, al tiempo que resaltaba la función pedagógica de la comedia, en su capacidad para señalar comportamientos desviados o de presionar a las autoridades públicas.

Según afirman diversos autores, los usuarios de internet postean, comparten y consumen aquello que juzgan interesante porque refleja sus opiniones sobre un tema o porque los sensibiliza o afecta de alguna manera (Chagas et al.). Entre las motivaciones que tienen los actores para compartir en redes sociales, Berger y Milkman enumeran: la positividad (*positivity*), el tenor emocional (*provocation*), la simplicidad y claridad narrativa (*packaging*), la interacción con los receptores (*participation*) (en Shifman). Shifman encuentra ciertas propiedades comunes de los discursos humorísticos en redes sociales, como la interpelación a personas comunes, el mecanismo de incongruencia o quiebre de expectativas, el uso del lenguaje popular, entre otros.

El componente humorístico de los memes es una de las propiedades que explica la motivación a compartirlos, hecho que condice con la idea de que los usuarios tienden a compartir historias más positivas que negativas (Yus). A su vez, el sentido humorístico es un efecto de la interacción social, algo que se evidencia si pensamos en cómo las bromas de determinados países pierden sentido cuando se trasladan a otras culturas (Chagas et al. 149).

Como señala Wiggins (19) “un meme de Internet no puede existir sin referirse a otra cosa que el tema que contiene”. Los memes no son solo “contenido atractivo y pegadizo”, sino argumentos visuales con capacidad crítica (Wiggins 4). En ese sentido, para algunos autores, estos objetos responden a una necesidad expresiva y realizan una función catalizadora de frustraciones y descontento en el escaso margen que dejan a la expresión pública el capitalismo y los regímenes de vigilancia.

### **Un virus visible en memes. Uruguay: del “país burbuja” a “el peor país”**

Durante la pandemia, el humor movilizado a través de los memes actuó como una válvula de escape frente a la presión, el estrés y la incertidumbre. Pero los memes también funcionaron

como vehículos de la crítica social, construyeron narrativas y produjeron pedagogías para la gestión cotidiana de una situación inédita.

Existen ciertas dimensiones identitarias involucradas en la creación y difusión de memes que cobraron gran relevancia en un contexto de aislamiento y distanciamiento social donde los lazos se vieron amenazados. Yus destaca, entre ellas, el sentimiento de conectar/estar en contacto con otros, ser parte de la interacción social, reducir la soledad, ser notado por otros a través del *feedback*, la generación de capital social y de sentimientos de bienestar emocional.

La circulación masiva de los memes durante la pandemia por COVID-19 ha convocado la atención de analistas en diversos países. Desde Polonia (Norstrom y Sarna) a Brasil (Werneck) distintos autores han propuesto lecturas sobre los contenidos y las funciones de esta práctica cultural en sus contextos de enunciación. Algunos estudios se concentraron en determinados grupos sociales y sus mutuas representaciones conflictivas, por ejemplo, a través del análisis de la construcción de las infancias durante la pandemia (Prates Santana et al.) o las tensiones y disputas intergeneracionales (MacDonald)

Werneck mostró, en Brasil, que estas manifestaciones de humor estuvieron asociadas a la circulación de la crítica, tanto en el uso de la dinámica de la crítica para hacer bromas, como en el uso del humor para hacer críticas. Para entender cómo funcionó la crítica social a través de los memes en relación a las ideas de justicia y bien común que estaban en juego, el autor utilizó el modelo de la economía de las grandezas de Boltanski y Thevenot.

¿Cuáles fueron las imágenes y las narrativas de la experiencia uruguaya que se construyeron a través de los memes durante la pandemia? Para responder a esta pregunta seleccionamos un conjunto de 165 memes en dos redes sociales (Facebook e Instagram), en Uruguay, tomando el período de marzo 2020 a febrero 2021. Una vez recolectados, los procesamos y analizamos utilizando el software de análisis cualitativo *Atlas Ti*. En un principio realizamos una clasificación temática y una estructural. Dentro de la temática tuvimos en cuenta tanto el tema como el sentido principal y en cuanto a la estructura consideramos la imagen de referencia utilizada, los actores sociales protagonistas y los mecanismos de humor empleados.

Los efectos de la pandemia en la vida cotidiana fueron el tema más preponderante (60) y el protagonista principal fue “el ciudadano común”, seguido por “autoridades del gobierno”. Resulta interesante constatar que frente a un imaginario y un vocabulario épico con expresiones cargadas de heroísmo (referido al personal de la salud, las metáforas de guerra y la idea del virus como “el enemigo invisible”, entre otras) que se fue instalando a través de la prensa y la televisión, los memes –utilizando muchas veces imágenes de películas de ciencia ficción, distopías, apocalípticas, de superhéroes, de acción o videojuegos de guerra– establecían un contraste mostrando situaciones cotidianas donde “el ciudadano común” en general era retratado como un antihéroe, a través de un mecanismo de incongruencia o siguiendo la estructura expectativa vs realidad. Por ejemplo:



Figura 1. Ciudadano común en cuarentena Fuente: Instagram, marzo, 2020<sup>2</sup>

En esta oportunidad vamos a explorar las narrativas identitarias y especialmente aquella que hemos denominado de “excepcionalidad uruguaya” frente a la pandemia. La perspectiva diacrónica nos permitió identificar en los memes a lo largo de 11 meses relatos visuales que emplearon operaciones identitarias, construyendo cierto “nosotros” por oposición a “otros”. Las identidades –procesuales, cambiantes e interactivas– existen siempre en referencia con una alteridad y en la medida en que pueden oponerse a otras. También el “yo” se construye narrativamente por oposición o identificación respecto a otro/s o a un nosotros (Ricoeur).

Una variedad de discursos críticos vehiculizados a través de los memes sirvió entonces para afirmar identidades y oponerse a determinadas alteridades, recurriendo a los límites entre grupos sociales, tanto en su dimensión territorial como simbólica. Vale recordar que los límites nos hablan de relaciones sociales y tienen que ver con las maneras en que las personas y los grupos se clasifican y representan entre sí. Las configuraciones espaciales son objetivaciones del espacio social (Segura) y están conectadas con las posiciones que ocupan los actores en él. Estas posiciones están vinculadas a dimensiones morales y ordenan los vínculos entre las personas en la clave “nosotros/ellos” (Segura 96). Las fronteras son sociales, simbólicas y territoriales, en el sentido de que el espacio socialmente significado no es secundario ni solo el escenario sobre el que se despliegan las relaciones sociales, sino que también las constituye. “Los espacios y localizaciones [están] socialmente cargadas de sentidos vinculados con la clase social, la nacionalidad, las conductas y la moral, entre otras.” (Segura 97)

No entendemos aquí a los grupos sociales como compartimentos estancos ni como colectivos que compartirían “rasgos culturales” o identitarios fijos. Antes bien, los grupos se constituyen en un proceso de configuración de límites sociales que implica “auto-adscripción y adscripción por otros” (Barth 15) En ese sentido, los repertorios culturales más que características que definen a los actores son recursos utilizados por ellos, “como señales y emblemas de diferencia” (Barth 16).

Hacia principios de marzo de 2020, cuando había muy pocos casos de COVID-19 circulando en el país, tuvo lugar un momento social que, siguiendo a Werneck, podríamos denominar “investigativo”. La situación todavía no se había definido, y el virus era algo que “estaba en otra parte”. Así, los memes nos hablaban de una enfermedad extranjera, que sucedía a los “otros externos”. Por oposición, “nosotros” teníamos “nuestras” enfermedades, que

<sup>2</sup> Una de las características centrales de los memes como objeto cultural (que también los conecta con la cultura popular) es la difuminación de la autoría y la dificultad de establecer con certeza la fuente “original”. Por lo tanto, se consignará la plataforma y el mes en que se extrajo de las redes.

funcionaban como recursos para oponerse a un virus todavía retratado como algo ajeno. Fue el caso, por ejemplo, de la enfermedad del dengue:



Figura 2. Comparación dengue y COVID-19. Fuente: Instagram, marzo 2020.

Sin embargo, los días posteriores al 13 de marzo, fecha en que fue confirmado el primer caso positivo de COVID-19 en Uruguay, comenzaron a circular masivamente memes entorno al virus como un problema de “los otros internos”: las clases altas que llegaban al país después de haber realizado viajes por Europa. En Uruguay, “la paciente cero” fue identificada y expuesta en diversos medios de comunicación con nombre y apellido. Se trataba de Carmela Hontou,<sup>3</sup> una mujer perteneciente a las clases altas, diseñadora de modas, que acudió a un casamiento presentando síntomas, tras su regreso al país desde Italia.



<sup>3</sup> <https://www.infobae.com/tag/carmela-hontou/>



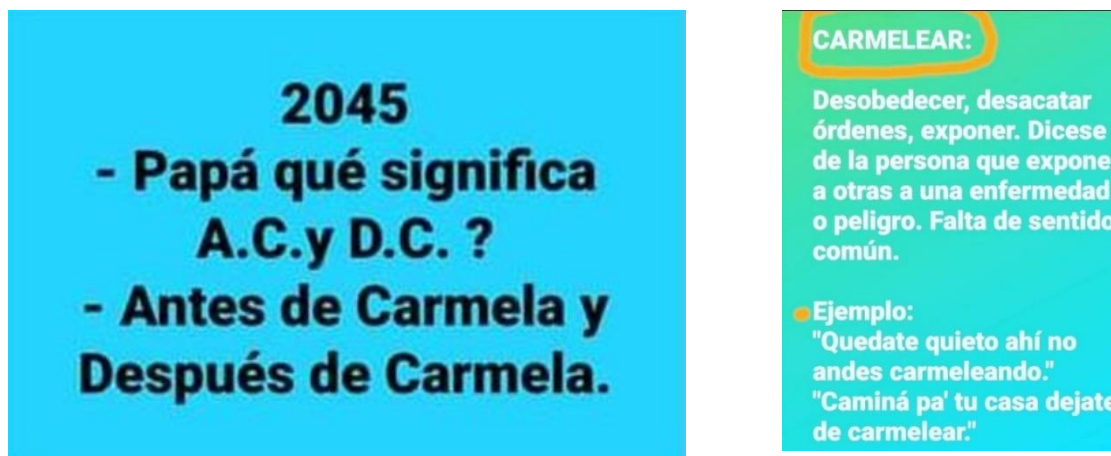


Figura 3. Cuatro memes sobre Carmela/ “paciente cero”. Fuente: Instagram, marzo, 2020.

En este período, los memes y comentarios de los usuarios en las redes apelaron a los límites territoriales en conexión con los sociales para diferenciarse y distinguir un “nosotros” de un “ellos” utilizando al virus como referencia. Así, hubo memes que reflejaban un dualismo interior-capital y otros que referían a oposiciones de clase. En este último sentido, por ejemplo, identificamos algunos discursos en redes que apelaban al límite territorial representado por la calle Avenida Italia en Montevideo, que separaría los barrios de clase media-alta, donde estaba el virus, de los barrios populares, adonde no había llegado.

También aquí se pudo visualizar una característica del humor popular en la subversión de jerarquías sociales (como señalara Bajtin en su clásico trabajo sobre el carnaval en la Edad Media). A continuación se presenta una publicación que refiere al dualismo clases altas/clases populares, acompañada de un mapa de Montevideo donde se distingue Avenida Italia en color rojo.



Figura 4. Publicación “A un lado y otro de Avenida Italia”. Fuente: Instagram, marzo 2020

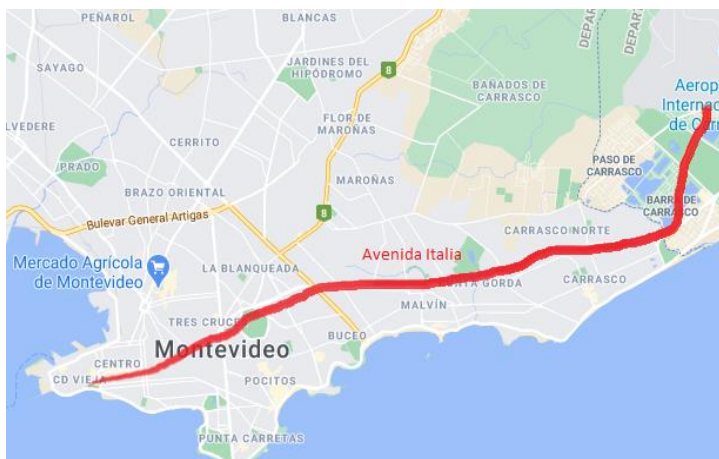
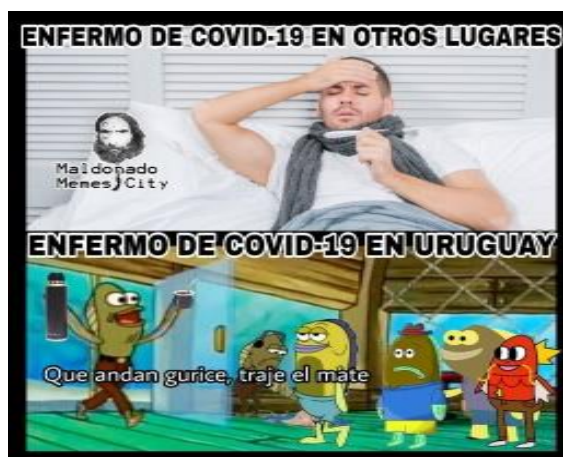


Figura 5. Mapa de Montevideo. Avenida Italia en rojo  
Fuente: Elaboración propia con base en Google Maps

Cuando hacia fines de marzo y comienzos de abril de 2020 se tomaron medidas más restrictivas y la pandemia se fue instalando como un problema público con capacidad de afectar seriamente a toda la sociedad uruguaya, tuvo lugar un segundo momento en relación a las operaciones identitarias visibles en los memes. Así, se multiplicaron los memes críticos hacia las medidas del gobierno, que se consideraban insuficientes, sobre todo en comparación con las que se tomaban en Argentina. La estructura típica de estos memes estuvo dada por el antagonismo entre el ciudadano común, desprotegido, y las autoridades gubernamentales, ausentes o ineficientes. En segundo lugar, emergieron discursos visuales sobre las adaptaciones y reapropiaciones culturales de los nuevos comportamientos sociales que instalaba la emergencia. En esta línea, el mate protagonizó una serie importante de memes y fue utilizado como elemento emblemático y distintivo de la cultura uruguaya.



Figuras 6 y 7. El mate. Fuente: Facebook, abril 2020.

Durante los meses posteriores, especialmente entre mayo y julio, cuando Uruguay se convirtió en uno de los primeros países de la región que definió el retorno a la presencialidad en la educación y a una serie de actividades económicas que se habían suspendido, al tiempo que la curva de evolución de los casos se presentaba relativamente estable, cobró fuerza un relato que hemos llamado “el país burbuja”. Apareció, de esta manera, la representación de un Uruguay “aislado” frente a problema que volvió a pertenecer a los “otros”, pero esta vez se trataba de los “otros próximos”, los “vecinos”, especialmente Brasil y Argentina.



Figura 8. El país burbuja. Fuente: Instagram, junio 2020

Los memes que apelaron a una narrativa de diferenciación frente a los “vecinos” tuvieron un momento de auge al producirse el cierre de fronteras con Argentina. Durante ese tiempo, circularon imágenes que parodiaban a las clases altas porteñas, en especial a figuras popularizadas por la televisión, y a su costumbre de tener a Uruguay (particularmente al balneario Punta del Este, en el departamento de Maldonado) como destino para sus vacaciones. Por otra parte, se trataba de un período de relativo bienestar en Uruguay en comparación con lo que estaba sucediendo en el vecino país, y algunos medios de comunicación planteaban que buena parte de los argentinos pretendían obtener la ciudadanía uruguaya. De esta manera, los memes apelaron a una serie de “bromas” con una larga tradición en la relación Uruguay-Argentina, de fuerte carga moral, para plantear una inversión. La idea de Uruguay como “provincia argentina” y como destino de vacaciones para sus clases altas y medias-altas fue parodiada, por ejemplo, de las siguientes maneras:



Figura 9. Comparación Uruguay – Argentina, años 90/año 2020. Fuente: Instagram, setiembre 2020



Figura 10. Uruguay “provincia rebelde”. Fuente: Instagram, junio 2020

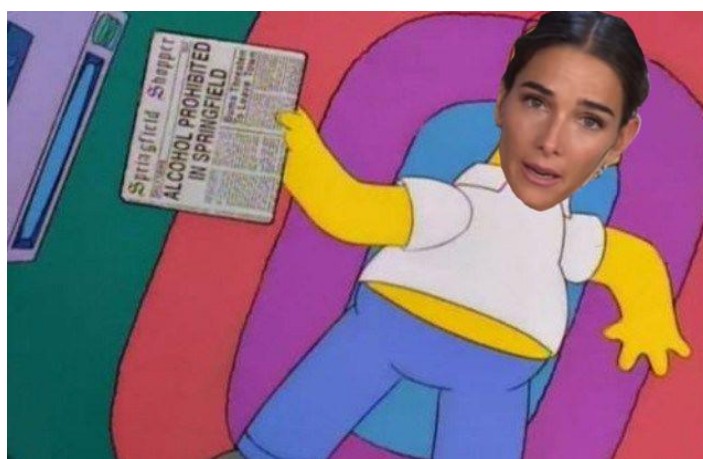


Figura 11. Juana Viale<sup>4</sup> ante cierre de fronteras. Fuente: Facebook, setiembre 2020

Los memes que hacían referencia a Argentina estuvieron mucho más presentes que los que involucraban a Brasil. La observación nos remite nuevamente al problema de las fronteras y las identificaciones, puesto que Argentina y Uruguay tienen una historia que los conecta estrechamente y un repertorio cultural compartido. Como señala Grimson, los vínculos y la comunicación entre grupos sociales no implican una ausencia de conflicto sino que, contrariamente, la preocupación por diferenciarse aparece más fuertemente con los “otros cercanos”. De esta manera “los otros” que más nos importan generalmente son nuestros vecinos, los grupos limítrofes geográfica o simbólicamente. (Grimson 16).

Ahora bien, la narrativa del país “burbuja”/ “aislado” se desmoronó hacia diciembre del 2020 y entró en crisis definitivamente en marzo de 2021. Durante estos meses tuvo lugar una escalada de los contagios en Uruguay, que coexistió con débiles y erráticas medidas (y en algunos casos contraproducentes, como el aumento en las tarifas) implantadas por el gobierno de Luis Lacalle Pou para paliar la crisis y la demora en la adquisición de vacunas. Fue durante

<sup>4</sup> Actriz y conductora de televisión argentina.

estos meses cuando los memes críticos hacia el gobierno circularon con mayor intensidad, como en los siguientes ejemplos:



Figuras 12 y 13. Críticas hacia el gobierno. Fuente: Facebook, marzo 2021.

La narrativa de la “excepcionalidad uruguaya” se mantuvo a través de un cambio radical de signo. El pasaje de un extremo a otro tuvo a las vacunas como su principal protagonista.

Viva todo el mundo. Todo el que tenga vacunas contra el Covid puede irse temprano hoy



Figuras 14 y 15. “El último país” en adquirir vacunas. Fuente: Instagram, febrero 2021.

Uruguay pasó entonces de ser representado como el “país burbuja” a “el último país” de la región en comprar vacunas, al tiempo que las vacunas adquiridas se catalogaron como “las peores”, entre la oferta disponible a nivel mundial.

## Reflexiones finales

En este trabajo planteamos un acercamiento exploratorio a una de las prácticas culturales digitales más extendidas en la actualidad. Durante la pandemia, frente a la expansión de la

ansiedad, el temor, la incertidumbre y la desorganización cotidiana y existencial, los memes funcionaron como una válvula de escape desde el humor, como un sitio donde elaborar narrativas capaces de proponer marcos de sentido, y como móviles de la crítica social.

Con una perspectiva diacrónica que contempló un período de 11 meses, hemos identificado un relato de excepcionalidad uruguaya frente a la pandemia por COVID-19 reflejada por y construida en estos objetos digitales, que se mantuvo visible en el tiempo analizado aunque sufrió una inversión de signo. Las operaciones identitarias se afirmaron en un juego de oposiciones y representaciones de nosotros/ los otros: externos, internos y próximos. En ese sentido, los límites territoriales y simbólicos cobraron especial relevancia para tramitar las apropiaciones y reelaboraciones locales de un fenómeno que ha afectado al mundo entero. De este modo, los memes se muestran como un sitio fértil para observar configuraciones sociales y culturales que actúan “desde abajo”.

Aunque por razones de espacio no es posible desarrollarlo aquí, quisiéramos mencionar que en los memes seleccionados también observamos un retorno de temas que se habían desdibujado en las discusiones públicas con el afianzamiento del neoliberalismo y la globalización, muy particularmente la necesidad de los Estados y el problema de las fronteras nacionales. Este será un tema que guiará futuras indagaciones.

## Obras citadas

- Arango, Luis Gabriel. “Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica”. *Comunicação Mídia e Consumo*, vol. 12, n.º 33, 33, 2015, pp. 109-31. *revistacmc.espm.br*, doi:10.18568/cmc.v12i33.677.
- Barth, Frederik. *Los grupos étnicos y sus fronteras*. Fondo de Cultura Económica, 1976.
- Bajtin, Mikhail Mikailovich. *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: el contexto de Francois Rabelais*. Alianza, 1998.
- Bergson, Henri. *La risa: ensayo sobre la significación de lo cómico*. Losada, 2009.
- Chagas, Viktor, et al. “A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014 / The meme politics and the political memes: methodological proposal for a content analysis of internet memes from 2014 electoral debates”. *Intexto*, n.º 38, enero de 2017, p. 173. *DOI.org (Crossref)*, doi:10.19132/1807-8583201738.173-196.
- Comisión Económica de América Latina y el Caribe (CEPAL). *Panorama fiscal de América Latina y el Caribe: La política fiscal derivada de la pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. 2020.
- Da Cunha, Raquel. “Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia”. *Revista FAMECOS*, vol. 14, n.º 32, 2007, p. 23. *DOI.org (Crossref)*, doi:10.15448/1980-3729.2007.32.3411.
- De Certeau, Michel. *La Invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana. Departamento de Historia : Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos ; Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 1996.
- Denisova, Anastasia. *Internet Memes and Society: Social, Cultural, and Political Contexts*. 1.<sup>a</sup> ed., Routledge, 2019. *DOI.org (Crossref)*, doi:10.4324/9780429469404.
- Dominzain, Susana, et al. *Tercer informe sobre Consumo y Comportamiento Cultural*. Universidad de la República, 2014, p. 190, <https://www.gub.uy/ministerio-educacion-cultura/politicas-y-gestion/imaginarios-consumo-cultural-iii>.
- Freud, Sigmund. *El chiste y su relación con lo inconsciente*. Alianza Editorial, 2012.
- Grimson, Alejandro. *Fronteras, naciones y región*. 2004, pp. 1-28.

- Grundlingh, L. "Memes as Speech Acts". *Social Semiotics*, vol. 28, n.º 2, marzo de 2018, pp. 147-68. *DOI.org (Crossref)*, doi:10.1080/10350330.2017.1303020.
- Heylighen, Francis, y Klaas Chielens. "Evolution of Culture, Memetics". *Encyclopedia of Complexity and Systems Science*, Springer New York, 2009, pp. 3205-20. *DOI.org (Crossref)*, doi:10.1007/978-0-387-30440-3\_189.
- Knobel, Michele, y Colin Lankshear, editores. *A new literacies sampler*. P. Lang, 2007.
- MacDonald, Shana. "What Do You (Really) Meme? Pandemic Memes as Social Political Repositories". *Leisure Sciences*, Routledge, junio de 2020, pp. 1-9, doi:10.1080/01490400.2020.1773995.
- Moguillansky, Marina. "Práticas culturais, além da distinção: novas abordagens teóricas". *Estudos de Sociologia*, vol. 25, n.º 48, 2020, pp. 229-48.
- Norstrom, Roza, y Pawel Sarna. "Internet memes in COVID-19 lockdown times in Poland". *Comunicar*, vol. 29, n.º 67, abril de 2021, pp. 75-85. *DOI.org (Crossref)*, doi:10.3916/C67-2021-06.
- Pérez Salazar, Gabriel. *El Meme en Internet. Identidad y usos sociales*. Fontamara, 2017.
- Prates Santana, Juliana, et al. "De que criança(s) estão falando?: Análise dos memes veiculados no Brasil no período da pandemia do coronavírus". *Sociedad e Infancias*, vol. 4, 2020, pp. 225-28. *DOI.org (Crossref)*, doi:10.5209/soci.69664.
- Ricoeur, Paul. *Sí mismo como otro*. Siglo Veintiuno Editores, 1996.
- Rieiro, Anabel, et al. *Ollas y merenderos populares en Uruguay. Tramas para sostener la vida frente a la pandemia*. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de la República, diciembre de 2020, p. 67.
- Salas, Pablo, Simonetti, Paula y Papez, Boris. "En casa. Consumos, prácticas culturales y emociones en la vida cotidiana durante la pandemia por COVID-19 en Argentina". *RBSE. Revista Brasileira de Sociología de la Emociones*, vol. 20, n.º 58, 2020, pp. 53-65.
- Segura, Ramiro. "La trama relacional de la periferia de la ciudad de La Plata. La figuración establecidos-outsiders revisitada". *PUBLICAR-En Antropología y Ciencias Sociales*, vol. 10, 2011, pp. 85-106.
- Shifman, Limor. "Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker". *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 18, n.º 3, abril de 2013, pp. 362-77. *DOI.org (Crossref)*, doi:10.1111/jcc4.12013.
- Venier, Emiliano. "Los memes y la imitación en la socialidad tecnificada". *Viator. Revista científica de comunicación desde los bordes*, vol. 8, 2018, pp. 21-47.
- Werneck, Alexandre. "Graça em tempos de desgraça? A jocosidade como operador da crítica nos memes na pandemia". *DILEMAS: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social*, 2020, pp. 1-16.
- Wiggins, Bradley E. *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. 1.ª ed., Routledge, 2019. *DOI.org (Crossref)*, doi:10.4324/9780429492303.
- Winocur, Rosalía. "La tribu de los memes. Un territorio virtual de inclusión-exclusión entre los adolescentes". *Comunicación y Sociedad*, agosto de 2019, pp. 1-22. *comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx*, doi:10.32870/cys.v2019i0.7327.
- Yus, Francisco. "Identity-Related Issues in Meme Communication". *Internet Pragmatics*, vol. 1, n.º 1, 2018, pp. 113-33. *DOI.org (Crossref)*, doi:10.1075/ip.00006.yus.