Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Materiales de Divulgación Productos Mediáticos

El meme es el mensaje

Pinto Márquez, Gabriela

2016-07-06

http://hdl.handle.net/20.500.11777/1793

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

El meme es el mensaje

06/07/2016 04:00
Publicado por **Gabriela Pinto Márquez**

Quizá una de las formas contemporáneas de medir el impacto de un tema periodístico en Internet y en las redes sociales es a través de los mensajes virales presentados en diferentes formatos, mejor conocidos como *memes*. Aunque aún no hay una definición aprobada por instituciones como la Real Academia Española o la Academia Mexicana de la Lengua, la palabra se usa de manera tan común, que el motor de búsqueda Google arroja unos 97 millones de resultados si a uno se le ocurre averiguar acerca del término. Los *memes* son mensajes que en la mayoría de los casos expresan una visión satírica, cómica o burlona de un tema en específico, que puede ir desde las situaciones generales aplicables a diversos grupos, hasta los temas noticiosos de alcance internacional. Cuando este es el caso, por lo general, la difusión es proporcional a la importancia del tema en la agenda mediática, (se hacen y difunden *memes* mientras el tema es relevante en las emisiones noticiosas) y escasamente se hace mención de ellos en los medios importantes de circulación nacional. Quizás podríamos considerar que los *memes* son una forma en la que muchas personas se enteran de la información que desconocerían cuando sus hábitos de consumo informativo son pobres o nulos. En estos tiempos, es probable que aunque no estemos acostumbrados a seguir noticias con la consulta de distintos medios, veamos algún *meme* en redes sociales o internet.

Dos casos recientes sobre el uso de los *memes* pueden darnos idea de la importancia que están cobrando en el entorno comunicacional: en la reciente reunión de los mandatarios de Canadá, México y Estados Unidos hace unos días, circuló una gran cantidad de *memes* con la etiqueta *#3amigos*, que dicho sea de paso, me parece un desatino considerable en materia de comunicación, ya que hace alusión a una película cómica y resta importancia al tema. La búsqueda de varias palabras vinculadas con el tema arrojó un resultado de más de 300 mil publicaciones relacionadas con los momentos incómodos y ciertos encuadres fotográficos curiosos. El otro caso fue el de la profesora chilena Jacqueline Bustamante, que pidió a sus alumnos que hicieran memes referentes a una parte de la novela *Cien Años de Soledad*. La profesora tomó fotos a los trabajos y los subió a la red facebook, donde se hicieron virales. Este último caso ilustra muy bien el entendimiento del entorno de comunicación, de los usuarios de las redes y el internet, cosa que no ha sido fácil para los grandes equipos de industrias mediáticas como Televisa, que no atina con los servicios nuevos, y que lejos de adaptarse a las audiencias, ofrece más de lo mismo.