

¿QUÉ CONVIERTE UN MEME EN VIRAL?

Que transmitan una emoción positiva y muestren el gesto del personaje son clave

Texto: **Isaac Asenjo**. Ilustración: **Tomás Ondarra**

Van un español, un inglés y un francés... ¿Se acuerdan de esos chistes? Otro clásico: ¿sabes aquel que dice...? Y los de Jaimito, claro. Esos que se sabían nuestros padres y nos sabemos nosotros porque nos los contaron. No los conocen, sin embargo, los más jóvenes. Del humor ese rápido y explosivo de los chistes se encargan hoy los memes. «En cierta medida han llegado a implantar otro tipo de comunicación, aunque sin llegar a ser un reemplazo. Son más bien un complemento en nuestra comunicación y relación con otras personas», apunta Juan Manuel González Aguilar, profesor de la Facultad de Comunicación y Empresa de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR).

Vamos, que ahora contamos pocos chistes, pero enviamos un montón de tuits, fotos y vídeos por Whatsapp y por redes sociales. No es que el sentido del humor haya cambiado, pero sí la forma de transmitirse. Como los chistes de siempre, hay memes populares y exitosos, pero también otros absurdos, provocadores, de mal gusto... Algunos se han ganado el mérito de la supervivencia, pero la mayoría se olvida tan rápido como se da 'click' para reenviar.

Así que su ciclo de vida va de lo efímero de las redes a lo casi eterno de la Biblioteca Nacional. Sí, este organismo conserva memes, junto a

otros elementos virtuales como tuits, fotos de Instagram o vídeos de Youtube. «Hay informaciones que pueden parecer poco trascendentes, pero en el futuro podrían ser investigadas. Lo que está en internet puede ser objeto de depósito legal si consideramos que es patrimonio documental para guardar», apunta Mar Pérez Morillo, jefa del grupo de documentalistas que archiva las publicaciones 'online' que en unos años serán historia.

Quizá a alguien le dé por analizar dentro de unas décadas los memes de hoy: desde los pegados a la actualidad sobre la cumbre de la OTAN en Madrid o las olas de calor de este verano, por ejemplo, hasta los que no pasan de moda, como los de Julio Iglesias, que van camino de convertirse en clásicos al estilo de aquellos chistes de Jaimito.

¿Pero qué tiene que tener un meme para triunfar? «No existe ninguna fórmula que pueda garantizar que un meme se viralizará solo por el hecho de reunir determinados ingredientes, ya que el azar siempre acaba teniendo un peso importante. Sin embargo, sí existen factores clave», explica Ferran Lalueza, profesor de Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya.

«La simplicidad, la ironía, un uso determinado de la retórica, pocas pretensiones artísticas y una estética informal y poco cuidada son algunas de las características de identidad de los memes», añade Gemma San Cornelio, profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC. Según un equipo de investigadores internacionales, existen varias características que contribuyen a la viralidad.

EMOCIÓN POSITIVA. Lo más importante es que muestre la expresión facial del personaje (un 84% de los memes virales analizados tienen esta característica). En segundo lugar, la imagen debe presentar una emoción positiva (un 39% de los memes virales analizados presentan esta característica, frente al 15% de los no virales) y una postura concreta.

POCAS PALABRAS. El hecho de que la imagen sea un primer plano ayuda a ganar viralidad. Y el hecho de que el personaje sea el sujeto del meme es otro indicador fundamental para predecir su viralidad: el 93% de los

HERALDO DOMINGO

En la contra

memes de imagen de tipo viral se etiquetan como 'personaje', en comparación con el 67% de tipo no viral. «El predominio de elementos visuales, la simplicidad, el uso de pocas palabras y el potencial para generar adaptaciones y variantes son fundamentales», afirma Lalueza.

SÁTIRAS DE SITUACIONES COTIDIANAS.

Los memes muchas veces parodian y satirizan situaciones cotidianas con las que nos sentimos identificados. «El humor, la nostalgia y el sentirse identificado con lo que quiere transmitir la imagen son factores muy relevantes para que un meme se vuelva viral. Además, incluyen una serie de propiedades como imágenes de la cultura pop que hacen que puedan ser comprendidos cuando se trate de otro país», puntualiza González Aguilar, que añade que «en la mayoría de las ocasiones se utilizan los mismos recursos textuales y visuales para crearlos». Por ejemplo, hay memes que por sí solos ya son conocidos y que pueden ser utilizados en diferentes contextos como el llamado 'disaster girl' (niña en primer plano viendo un incendio) o el llamado 'Cheems', que tiene mucha popularidad en la actualidad (los dos perros de raza Shiba Inu, uno musculoso y el otro no).

QUE NO HAGA FALTA LEERLO ENTERO. Según el estudio, los memes que requieren que el receptor lea el texto entero para entenderlos no consiguen hacerse virales.

