

## LA VIDA A TRAVÉS DE LA PANTALLA: CUANDO EL MEME SE CONVIERTE EN TRADICIÓN

### LIFE THROUGH THE SCREEN: WHEN MEME BECOMES TRADITION

Agnés García Oltra ([agarol@alumni.uv.es](mailto:agarol@alumni.uv.es))  
Investigadora independiente

Recibido: 18 de junio de 2024 / Aceptado: 25 de septiembre de 2024

**Resumen:** En la inmensidad de nuestra pantalla se encuentra un mundo nuevo, una sociedad sin barreras, diversa y en constante evolución, en la que la comunidad comparte todo tipo de imágenes; la convivencia interactiva es tan amplia que abarca incluso diferentes culturas y tradiciones. Por ello, el presente artículo pretende enfocar el interés en la cultura virtual a través de su folclore digital, utilizando elementos propios de esta disciplina, así como de la semiótica, argumentadas cual principales herramientas metodológicas. Nuestro objeto de estudio serán las imágenes humorísticas, específicamente los llamados memes de internet, y su papel como 'iconos culturales' en el folclore digital contemporáneo. Analizaremos su desarrollo en el contexto de la web 2.0, con especial atención al caso del meme de *Sam Va Lentín* en España. Este motivo ha marcado, año tras año, la fecha del 14 de febrero en el panorama virtual nacional, transformándose en un día donde el humor, la parodia, la sátira y la ironía asumen un papel protagonista. Este rito digital, enmarcado dentro del concepto de *screenlore*, ha dado lugar a variantes novedosas y originales, estableciéndose así en la memoria colectiva. Además, el estudio de los memes de internet, y en particular del citado, nos permite entender mejor la dinámica de la cultura digital y su impacto en la sociedad. A través de este análisis, esperamos contribuir a una comprensión más profunda de cómo este tipo de recursos iconográficos se integran y evolucionan dentro de las coordenadas del ciberespacio.

**Palabras clave:** *Screenlore*; Cultura Visual; Humor; Web 2.0; folclore digital;

**Abstract:** In the immensity of our screen we find a new world, a society without barriers, diverse and in constant evolution, in which the community shares all kinds of images; the interactive coexistence is so broad that it even encompasses different cultures and traditions. For this reason, this article aims to focus on virtual culture through its digital folklore, using elements of this discipline, as well as semiotics, which are argued to be the main methodological tools. Our object of study will be humorous images, specifically the so-called internet memes, and their role as 'cultural icons' in contemporary digital folklore. We will analyse their development in the context of web 2.0, with special attention to the case of the *Sam Va Lentín*



meme in Spain. This motif has marked, year after year, the date of 14 February in the national virtual panorama, transforming it into a day where humour, parody, satire and irony take on a leading role. This digital rite, framed within the concept of screenlore, has given rise to novel and original variants, thus establishing itself in the collective memory. Furthermore, the study of internet memes, and in particular the one mentioned above, allows us to better understand the dynamics of digital culture and its impact on society. Through this analysis, we hope to contribute to a deeper understanding of how these types of iconographic resources are integrated and evolve within the coordinates of cyberspace.

**Keywords:** Screenlore; Visual Culture; Humor; Web 2.0; Digital Folklore;

### Cómo citar este artículo:

García Oltra, A. (2023). La vida a través de la pantalla: cuando el meme se convierte en tradición. *Revista Eiverna*, (16), 1-17 / <https://doi.org/10.24310/re.16.2024.20151>

## 1. Érase una vez en una pantalla

Cuando Alicia –protagonista de la conocida novela de Lewis Carroll (*Alice's Adventures in Wonderland*, 1865)– cae por la madriguera del conejo motivada por su curiosidad, no espera encontrarse inmersa en una realidad totalmente diferente a la suya. Necesita abrirse camino ante lo desconocido desde su propia perspectiva, haciendo uso de su cultura, folclore, tradiciones y de aquellas normas que domina. Algo parecido nos sucede hoy en día, cuando esa madriguera se convierte en una pantalla y son nosotros los que encarnan a aquella joven que se enfrenta a un universo proceloso. Por eso mismo, en el momento en que ponemos el punto de vista en el soporte electrónico –ordenador, tableta, teléfono inteligente, etcétera– caemos en un mundo digital de concepción similar al real, pero virtual. A partir de aquí, ambas dimensiones se desvirtúan y con ello, también, nuestra percepción, dando paso a un medio de exploración sensorial de nuestro entorno.

Por tanto, la pantalla sustituye nuestra mirada, modificándose la visión que podemos tener del mundo en un proceso expansivo sin límite aparente. Como bien dicen Lipovetsky y Serroy, «hemos presenciado una auténtica revolución copernicana que ha dado la vuelta incluso a la forma de estar en el mundo» (2009, p. 270). Ahora leemos libros a través de una pantalla, disfrutamos del ocio visionando películas y series, nos comunicamos con otras personas a través de ella e incluso suele usarse cual medio de trabajo. El dispositivo en sí, por lo tanto, está configurando una nueva realidad, una cultura digital.

Entendemos este concepto como una representación antropológica que pone en manifiesto un conjunto de resultados de índole social. Como bien expresan Testa & al., se podría entender que es un conjunto de «manifestaciones de los hábitos, costumbres, tradiciones sociales de una comunidad, dando una gran importancia a la comunicación de esas costumbres y tradiciones sociales» (2015, pp. 63-64). La cultura digital, por tanto, será el resultado de la

convivencia en comunidad de los usuarios de internet a través de la web 2.0; un medio que es también conocido como web colaborativa.

Este instrumento constituye el mayor pilar para la conformación de la cultura digital y su folclore, pues, a través de este, se comparte y difunde información mediante la colaboración e interrelación entre usuarios. Martín Prada precisa que se trata de un modelo económico que extrae beneficios por medio de la colaboración voluntaria y «de sus potenciales para la recopilación y puesta en circulación pública de los datos» (2007, p. 6); con lo cual, el usuario-consumidor sería vendido al producto y no al revés. Es decir, normalmente en un modelo económico básico, se vendería el producto al consumidor. Sin embargo, con la web 2.0 sucede que el consumidor es vendido al producto gracias a los datos que particulares que ha facilitado. Esta lógica determina las características de este medio que, conceptualizado más allá de su posibilidad comercial, incorpora diseños atractivos y hace uso de aspectos tecnológicos múltiples –como los blogs, *micro-blogs*, podcasts, etcétera–. Esta heterogeneidad no diside de la intención de interrelación y de servir de plataforma de información. No en vano, gracias a eso, se configura cual sistema que permite a cada usuario aprender de otro, compartiendo hábitos, costumbres, gustos y tradiciones.

Por eso mismo, el presente artículo pretende centrarse en la participación del público en el folclore digital a través del consumo de imágenes dedicadas al humor. Por ello se analizará como caso principal la festividad del 14 de febrero, dedicada a san Valentín y, cómo a través de representaciones icónicas, se ha adaptado a la era tecnológica actual fomentando nuevas perspectivas de participación. Tal es el caso de *Sam Va Lentín*, difundido a través de la red social X –anteriormente denominada Twitter–, en la que el humor, lo viral y la experiencia propia de cada participante activo condiciona la mirada desde el entorno virtual.

## 2. Marco teórico y objetivos

La conocida cita de «A fin de cuentas todo es un chiste» atribuida a Charles Chaplin –comediante y cineasta de renombre internacional–, nos sirve de punto de arranque. No en vano, el humor es parte del ser humano y, por tanto, una constante propia de la cultura desde tiempos inmemoriales.

Ha sido representado de múltiples maneras. Es una sensación de felicidad y abstracción, igual que la risa misma. Pero ¿qué podemos decir de los estudios respecto a las artes plásticas? Aunque existen referencias visuales desde la Antigüedad, donde más notable se palpa esa participación cultural es durante el medievo. En ese periodo de tiempo, la sátira ha formado parte del gusto público potenciada por las artes gráficas a través de grabados y estampas, elementos participantes de la política del momento. Fernando Galván Freile, académico que estudió esta vertiente, advierte no obstante de la carencia de estudios cuando se pretende indagar en el humor a través desde el punto de vista iconográfico. Por ello, los estudios visuales sobre este concepto se han basado en gran medida en la literatura –desde tiempos pretéritos a los actuales–, donde su análisis ha sido más significativo (2004, p. 39).

A partir del siglo XIX se empezará a dar más importancia a la visualidad y a la expresión humorística gráfica. Sin embargo, no fue hasta la siguiente centuria cuando se asientan las bases del humor visual. Hoy en día, sería difícil imaginar un mundo sin este ya que estamos rodeados diariamente de imágenes humorísticas de todo tipo. Esta cuestión se abordará a lo largo del presente artículo, destacando la importancia de estos elementos de consumo masivo.

Por eso mismo se deben resaltar los estudios concretos sobre la sátira, como el realizado por Matthew Hodgart (1969), recogiendo la cultura derivada de su aplicación a lo largo de la historia. También hay otras aportaciones que parten desde lo literario, analizando posibles imágenes humorísticas presentes en la Antigüedad, como subraya Carlos de Miguel Mora (2003). Por otro lado, un pilar fundamental para entender el humor actual surge de la comprobación de cómo distintas tipologías históricas mantienen la vigencia de su mensaje a partir de fuentes visuales, como destaca Mercedes Etreros (1983).

Es desde esa vertiente contemporánea desde la que partiremos, teniendo presente que el humor gráfico es objeto de estudio a través de la prensa: uno de los medios más importantes para la difusión de imágenes humorísticas hasta la llegada de la era de internet. En este sentido, Vicente Pla Vivas (2010) ayuda a comprender y configurar la imagen ilustrada desde una perspectiva transgresora. También es importante citar el compendio editado por Vicente Enric Bordería, Francesc-Andreu Martínez y Josep Lluís Gómez (2015), centrado en el uso del humor como herramienta crítica frente al poder establecido en un tiempo marcado por los cambios históricos.

El humor en la era de internet a través de los memes es uno de los aspectos centrales de nuestro estudio. En este sentido descuellan estudios recientes que recogen ese impacto cultural, al tiempo que los convierte en herederos de la tradición humorística. A nivel internacional, sirven de referentes los textos firmados por Patrick Davison (2012), Shifman (2013), Jaron Rowan (2015), Ryan Milner (2017) o José Manuel Ruiz Martínez (2018). En cualquier caso, tenemos que ser conscientes que, al ser un campo de estudio actual, se está en constante actualización, publicándose en la actualidad propuestas novedosas.

A pesar de todas estas aportaciones que engloban un entendimiento hermenéutico del concepto de humor en la cultura visual, existen dos pilares fundamentales para la investigación y estudio de campo que deben conocerse: por un lado, la teoría del humor, conceptualizada desde los apuntes de Sigmund Freud (1905 [1969]); y, por otro, el contagio de ideas a través del humor como hilo conductal de la comunicación, tal y como lo asevera Richard Dawkins (1993), convergiendo en vía deductiva adecuada para la comprensión de los actuales memes de internet.

Este artículo tiene como objetivo principal el análisis del papel de las imágenes humorísticas, específicamente los memes, su génesis y entronque en el folclore digital. Con tal propósito, examinaremos la tradición como hilo conductor heurístico dentro del ámbito de la cultura visual, además de explorar la proyección que las nuevas tecnologías han operado tendentes a la conversión de un mundo virtual de notable complejidad.

La metodología adoptada en este artículo integrará, por un lado, un enfoque historiográfico desde la historia del arte, lo que nos permitirá desentrañar aspectos fundamentales para el entendimiento de las imágenes en tanto iconos culturales y su proceso de conversión en un recurrente catálogo de tradición virtual. Por otro, se emplearán criterios propios de los estudios visuales para deconstruir el poder de las imágenes en la configuración social actual a través de su impacto mediático. En definitiva, realizaremos una revisión bibliográfica multidisciplinar en la que también tendrán cabida aspectos relevantes del campo de la comunicación y la antropología, proporcionando, en suma, una comprensión holística más profunda del fenómeno de estudio.

### **3. Caer en la madriguera 2.0: cuando la imagen se convierte en protagonista**

Es ambiguo creer que cuando nos dejamos llevar por la pantalla y observamos el nuevo mundo que se nos plantea simplemente caemos en que lo virtual no es real. Pero no es así; entre muchas cosas nos enredamos a una cultura alternativa, propia de una sociedad cibernética que es tan real como la vida misma. Incluso desde la concepción de la web 2.0 se podría hablar ya de cultura digital en la que se desarrolla un folclore propio, incluso recurrente, que abarcaría tradiciones y celebraciones.

Cuando hablamos de tradición podemos entenderla desde diversos puntos de vista. El más común, el concebido desde la antropología, que lo equipara a la noción de cultura. Esto implicaría una reinterpretación de las prácticas, conocimientos y valores a lo largo del tiempo; es decir, las tradiciones no solo se heredarían, sino que están en constante recreación para adaptarse a nuevos contextos. Además, presentan ciertas características importantes para que se puedan catalogar como tradiciones, tales como las prácticas fijas de repetición y su ritualidad o función simbólica, adquiridas inclusive de forma accidental (Hobsbawm, 1983, pp. 7-9).

Desde la historia del arte podemos ver que la tradición ha devenido en un concepto más bien social, de herencia generacional. No nos equivocamos si acudimos a la etimología del término, proveniente del latín *traditio*. El primer significado más global y preciso es una «transmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, ritos, costumbres, etc., hecha de generación en generación» (RAE, 2024). Pero ¿se mantiene ese conocimiento y costumbres intactas? Javier Marcos Arévalo afirma que la «tradición, de hecho, actualiza y renueva el pasado desde el presente» (2004, p. 926). Estamos, por tanto, ante un concepto que parte de lo sociocultural y que es transtemporal.

Este último carácter nos acerca a una definición más imprecisa aún que convalidarían a las expresiones culturales que forman parte de la herencia tradicional a una relación abierta e infinita como vía para la interpretación heurística en la actualidad. Este proceder evoca de forma parcial al método de investigación propuesto por Aby Warburg. El historiador del arte alemán, a través de su *Atlas Mnemosyne* (2010), incorpora el concepto de anacronismo para

explicar cómo ciertos símbolos o gestos propios de las expresiones culturales podían conectarse entre sí de manera anacrónica, revelando a lo largo del tiempo continuidades y transformaciones en la memoria. De esa misma manera, la tradición como expresión cultural, más allá de cada época, se conectaría con el presente de forma anacrónica a través de la memoria colectiva.

En la actual era digital, la tradición perpetúa tal constante warburgiana pues la cultura desarrollada a través de internet es todo un fenómeno de naturaleza social. Su origen está en la década de 1990 con el desarrollo de *weblogs*, caracterizados por ser un instrumento de interacción comunicativa que pronto comenzaría a formar parte de la vida cotidiana. Hoy, esa forma de comunicación prevalece en menor medida, pues las redes sociales han tomado el testigo de aquellas mediante una versión que podríamos denominar *microblogging*; estas presencias inundan plataformas populares como X, Instagram e, incluso, Tiktok. El cambio también conlleva una curiosa variedad paradigmática: se ha pasado de la comunicación textual original a una transmisión mucho más visual, convirtiéndose la imagen en un medio comunicativo más rápido y eficaz.

No ponemos en duda que toda la web 2.0, de carácter plenamente social, ha devenido en una sociedad virtual y, por tanto, ha configurado la cultura digital en la actualidad. Por eso mismo, como veremos en el caso de *Sam Va Lentín*, esta imagen participa en todo ese carácter digital, alimentando la cultura y tradición popular a través del valor de la imagen, convertida en papel protagonista.

Ese rol ha cobrado más importancia que nunca. Mitchell ya teorizó sobre la intención de ellas y el impacto actual reafirma mucho más su teoría en cuanto al «intento de diagnosticar el 'giro pictorial' en la cultura contemporánea, [en el] que las imágenes visuales habían reemplazado a las palabras como modo de expresión dominante» (2017, p. 27), sosteniendo además que las imágenes poseen su propia capacidad de comunicación. La teoría planteada pretende demostrar por qué cada vez más tenemos una cultura en la que las imágenes son el resultado holístico de la comunicación y transmisión de significados culturales. No solo nos comunicamos cada vez con menos palabras, sino que, además, las imágenes son más que suficientes para expresar aquello que podría recoger un texto. También las redes sociales han potenciado que se preste tales atenciones: ahora se comparten imágenes de forma constante, ya sean estáticas o dinámicas, como los *gifs*<sup>1</sup> o los vídeos.

Sin lugar a duda, las imágenes están más vivas que nunca, se conforman entre píxeles y se mueven a través por el ciberespacio. Esto se debe a la democratización de la producción y el consumo de estas, facilitando que cualquier persona en el mundo pueda las uses mediante un dispositivo inteligente. Es esa comunicación y reacción la que recae en cada persona, pues

---

<sup>1</sup> El GIF (*Graphic Interchange Format*) propiedad de CompuServe, tiene la característica de tener una profundidad de color de 8 bits, lo que nos da una gama de 256 colores. Por eso mismo, es muy eficiente cuando se trata de imágenes de colores planos o de líneas definidas, lo que, además, permite la creación de animaciones y de *banners* publicitarios. Este formato presenta un sistema de compresión sin pérdida LZW (Lemple Zif Welch) que facilita su reproducción en la web cuando se trata de imágenes con características adecuadas, ya que, presenta inconvenientes cuando se trata de degradados por su escasa calidad. Véase Redondo García (2009, p. 15).

al final es nuestra mirada –condicionada por la particular percepción cultural, tradicional y costumbrista– la que reacciona ante el visionado en diversos sentidos, haciéndolas, por ejemplo, perdurables y anacrónicas. Por eso mismo, Mitchell ya lo argumenta: «la doble consciencia en torno a las imágenes es una profunda y perdurable característica de la reacción humana a la representación» (2017, p. 31) Es decir, las imágenes no es que tengan un papel importante porque sí, sino que son poderosas ante nuestros ojos por la actitud perceptiva que desarrollamos hacia ellas, así como por su uso, consumo y transmisión.

Por tanto, podemos decir que esta situación entre el lenguaje y la imagen ya no representan la realidad, como señalaban los académicos de la Ilustración y suelen recordar de continuo diversas autorías contemporáneas. Ahora, la imagen trasciende su contexto para adquirir nuevos significados, profundos y reconocibles. Por eso, denominamos icono a las imágenes que no solo representan la realidad, sino que están cargadas de significados culturales y sociales. Por tanto, para Mitchell, por ejemplo, esta definición se aplica a aquel un objeto cultural que influye en la percepción e interpretación de la realidad gracias a la mediación de su significado. Este teórico llega a esta conclusión a raíz de sus estudios al ir más allá de la base de la semiótica y aplicar un enfoque analítico multidisciplinar. De ahí la contundencia de la siguiente afirmación: «las imágenes tienen en nuestro mundo un poder con el que los ídólatras antiguos ni soñaron» (Mitchell, 2016, p.30).

Umberto Eco, precedente del anterior autor, partiendo de una base semiótica, habla directamente de signos. Para él, los iconos contienen un vínculo arbitrario y coextendido cultural, reflejando al objeto que representa. En el caso de las imágenes, se entienden como signos icónicos aquellos que muestran una analogía de la realidad representada por sí mismas y que han sido codificadas desde una perspectiva cultural (2000, pp. 287-288).

Por lo tanto, las imágenes que analizaremos se pueden entender como iconos porque son un trasunto de la realidad circundante que, con un comportamiento semiótico, quedan configurados por el contexto al que pertenecen y denotan una clara intención representativa. La importancia de su viralidad<sup>2</sup> radica en que esos signos codificados pueden ser descodificados y comprendidos por un público amplio dentro de unas claves contextuales igualmente extensas. Por ende, es esencial entender cómo el contenido digital participa de la difusión y adquisición de significados de un mundo interconectado, confluyendo en la gestación de una tradición digital incluida, a su vez, en el marco del folclore virtual en el que se desarrolla.

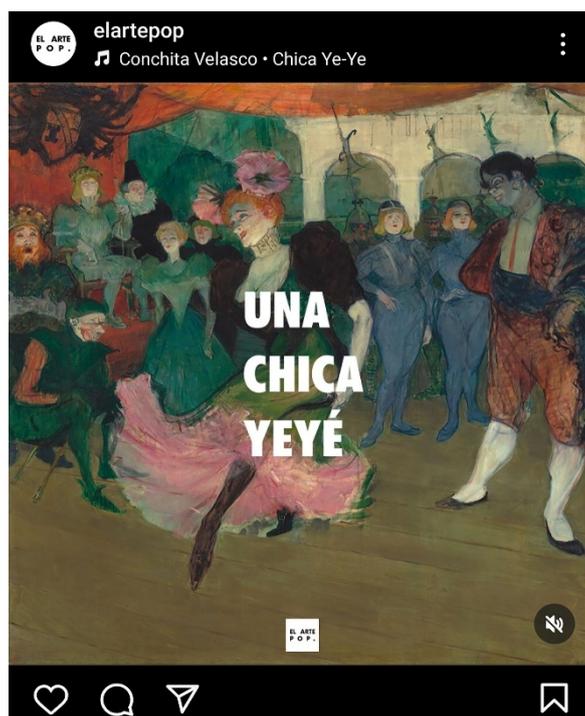
---

<sup>2</sup> El término proviene de las analogías de la biología con los sistemas de comunicación. «Puede entenderse como una entidad que porta información, se filtra en unidades más densas de significación para alterar su código y hacerlas funcionar según las instrucciones del invasor» (González, G. & Rivera Magos, S., 2020, pp. 32-33). Desde la vertiente etimológica se entiende como «dicho de un mensaje o de un contenido: Que se difunde con gran rapidez en las redes sociales a través de internet» (RAE, 2024) <https://dle.rae.es/viral> (Consulta 3/6/2024).

#### 4. A través de la risa: humor y memes

Entendemos que muchas de las imágenes virales de internet pueden llegar a ser iconos culturales; entre ellas, los propios memes. Como decíamos en el punto anterior y aplicando criterios de contemporaneidad al icono, presentan significados culturales y sociales. No en vano, sin un contexto *ad hoc*, no se entenderían, quedarían codificadas o reducidas a una manifestación visual sin más.

Ahondando en tal premisa, seleccionamos un meme **[Fig.1]**: una obra de arte de Toulouse Lautrec titulada *Marcelle Lender Dancing the Bolero in 'Chilpéric'* (1895-1896). Estamos ante un icono de su tiempo, configurado a semejanza de la realidad de la que surge y entendible desde esa óptica temporal. Al añadirse en la parte superior el lema 'UNA CHICA YEYÉ' –en alusión a la canción populariza por Concha Velasco a partir de 1965–, se redefine por completo, recontextualizándose para convertirse en un icono nuevo, más actual. ¿Por qué un óleo del siglo XIX sigue estando presente en la sociedad de hoy? La respuesta está en que se 'memetiza' y acaba formando parte del folclore digital, a modo de referencia contemporánea. Esto se debe a que el concepto de icono cultural tiene la capacidad de evocar situaciones, emociones que, estando ancladas en el pasado, resuenan con fuerza en el presente.



**Fig.1:** Elartepop. *Una chica yeyé* (2023). Imagen extraída de: <https://www.instagram.com/p/COW05QVKBcE/?igsh=ZDZkbnFwYmoydTJ6>

¿Y qué son los memes realmente, además de iconos? ¿Cómo han llegado a ser imágenes de suma importancia en la comunicación actual? ¿Cómo surgen? Acudimos a la opinión de Francesca Bonazzoli y Michele Robecchi cuando afirman que:

Un icono llega a convertirse en tal, pues, porque resiste a su manipulación cuando pasa de un autor a otro, trátase de un artista, un publicista o un dibujante de cómics. La fuerza de una imagen se revela, precisamente, en el ir y venir de sus múltiples interpretaciones (2013, p. 18).

¿Cómo nacen realmente los memes? Para ello, nos situamos en 2007-2008. Los primeros ejemplos considerados como tales son unas imágenes creadas por usuarios de internet –en su gran mayoría bajo anonimato– a partir del programa *MS Paint*, con la intención de realizar historietas de cómic humorísticas basadas en situaciones cotidianas. Se llamaron en un principio *Rage Comic* y llegaron al auge en 2009, constituyendo en cierto modo el origen de los actuales.

No obstante, ¿qué son realmente estas imágenes que llamamos memes? Para tal definición, existe un consenso general en diversos campos del conocimiento que señalan a Richard Dawkins, quien acuñó el término en referencia a su estudio de los genes: una unidad de información que se transmite a través de la imitación (1993, p. 217). De ahí la importancia de la mimética de los memes, cuyas características, al igual que la de los genes, se basan en la variación, competencia, selección y retención. Todo esto lo veremos en el caso de *Sam Va Lentín* donde se presentan todas ellas, haciéndose efectivo y perdurable gracias a su pertenencia al folclore digital.

Una derivación conceptual mayor la aporta Limor Shifman, quien desarrolla hasta tres acepciones:

- (a) A group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance, which;
- (b) were created with awareness of each other; and (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users» (2014, p. 41).

Francisco Javier Cortázar Rodríguez afirma que los memes son parte de la comunicación actual y un rasgo característico de la posmodernidad. En su mayoría son imágenes ancladas «en los recursos de la cultura popular, donde se mezcla el ingenio, la burla y la ironía, por lo que resultan ser satíricos al exagerar hechos de la realidad que desatan la risa cómplice del público» (2014, p. 205).

En definitiva, es un hecho aceptado que los memes son imágenes comprendidas como nuevas formas de transmisión cultural, de producción digital y de difusión en línea que están en constante movimiento. La importancia de este tipo de imágenes y su contenido recae en la forma a través de la que se presentan: el humor. No en vano, se tratan de recursos visuales, novedosos y originales, que buscan la complicidad empática de quien lo recibe desde una hilarante cordialidad.

No puede olvidarse que humor es una característica inherente al ser humano y que, para ser comprendido, obliga a adoptar una actitud: la de «contemplar el mundo con una mezcla de risa e indignación» (Hodgart, 1969, p. 11). Se conoce que sus primeras manifestaciones tuvieron que ser orales para, una vez alcanzado un desarrollo madurativo, plasmarse en ejercicios de diversa genealogía. La predominancia lingüística de los discursos con aire satírico y mordaz que caracterizan al teatro griego, 'congelados' en representaciones

visibles en ánforas o cerámicas, constituyen un primer registro histórico. En la Edad Media, siguiendo la línea del género satírico asentado desde tiempo atrás, se ahonda en discursos políticos de transmisión oral por parte de los trovadores; de ello dan fe las miniaturas en manuscritos y panfletos de divulgación anticlerical. Es precisamente esa imagen humorística la que perdura gracias a los grabados y a la imprenta, facilitando la divulgación de estampas y panfletos que impactan fuertemente en la memoria colectiva. Es a partir del siglo XIX con el auge de las artes gráficas –con la prensa y revistas satíricas a la cabeza, a la que más tarde se añadirían la fotografía y el cine–, cuando la expresión cómica se ha captado de manera más efectiva.

Sigmund Freud habla en *El chiste y su relación con el inconsciente* (1905 [1969]) de la forma en la que funciona para que sea efectivo. Aunque su reflexión se basa en la oralidad, se puede trasladar perfectamente a cualquier medio, incluso los memes. En primer lugar, afirma que para lograr tal propósito se deben obtener dos resultados: que el pensamiento explicitado a través del medio –frase, imagen, o incluso, video– provoque la atención y que la propia expresión privativa conduzca a la risa. Por lo tanto, si la gracia y el humor no son encontrados en la intención misma habrá que buscarla en la expresividad.

Ya decían estudios como el de Bergson que, siendo el pensamiento una característica humana diferenciadora de los animales, fuera de ese terreno no hay nada cómico. Una afirmación reforzada a través de la siguiente comparativa: «un paisaje podrá ser bello, sublime, insignificante o feo, pero nunca ridículo. Si reímos a la vista de un animal, será por haber sorprendido en él una actitud o una expresión humana» (1947 p. 12).

En definitiva, para que esa estructura funcione, Freud indica que se precisan de tres sujetos: el creador, la víctima y el creador de la risa (1905 [1969], p. 89). El primero es quien utilice un medio –en caso de los memes, la imagen–; el segundo, a quien va dirigida la acción, que no tiene por qué ser tangible: la enfatización de un hecho a través de la sátira, la parodia o la ironía, tan ligada a la crítica política; y, el tercero, cualquiera que vea la imagen y se ría.

## 5. El caso de *Sam Va Lentín*

Un 14 febrero de 2013 nació un meme para quedarse. Se trataba la famosa imagen humorística de *Sam Va Lentín*. Creado por CesitarSource para conmemorar la festividad del santo de referencia, pretendía argumentar un juego de palabras de forma humorística [Fig.2]. Este recurso se le conoce como calambur y consiste:

en el encuentro o la asociación de dos (o más) series homófonas de las cuales, una constituida de al menos dos palabras en relación de contigüidad, simula ser la forma descompuesta de la otra, constituida por una única palabra, de modo tal que esta vendría a ser la suma o combinación de dos o más significantes que, en el mismo orden lineal y de modo inmediato, se suceden en el discurso. Se trata, pues, de una suerte de homofonía [...] (García-Page, 2006, p. 172).

La imagen recreaba una escena del film del *Señor de los Anillos: La comunidad del anillo* (Peter Jackson, 2001); en ella aparecen dos de los personajes principales: Sam

caminando tras de Frodo, pidiéndole a este que lo espere. El meme se hizo tan viral que llegó a tener un alcance indiscutible con más de 1.300 *retweets*<sup>3</sup>. Tal fue su impacto que a partir de ese momento se comenzó a celebrar el citado día como el dedicado a *Sam Va Lentín* en España. En esta fecha, las redes sociales se llenan de imágenes muy originales y humorísticas, representando la escena de la película o jugando con la expresividad de las palabras. Gracias al proceso de imitación, el meme varió a veces de forma y, otras, en contenido, quedando en la retentiva de la memoria aquellos más populares e impactantes. De este modo, se configura cual icono cultural en la actualidad.

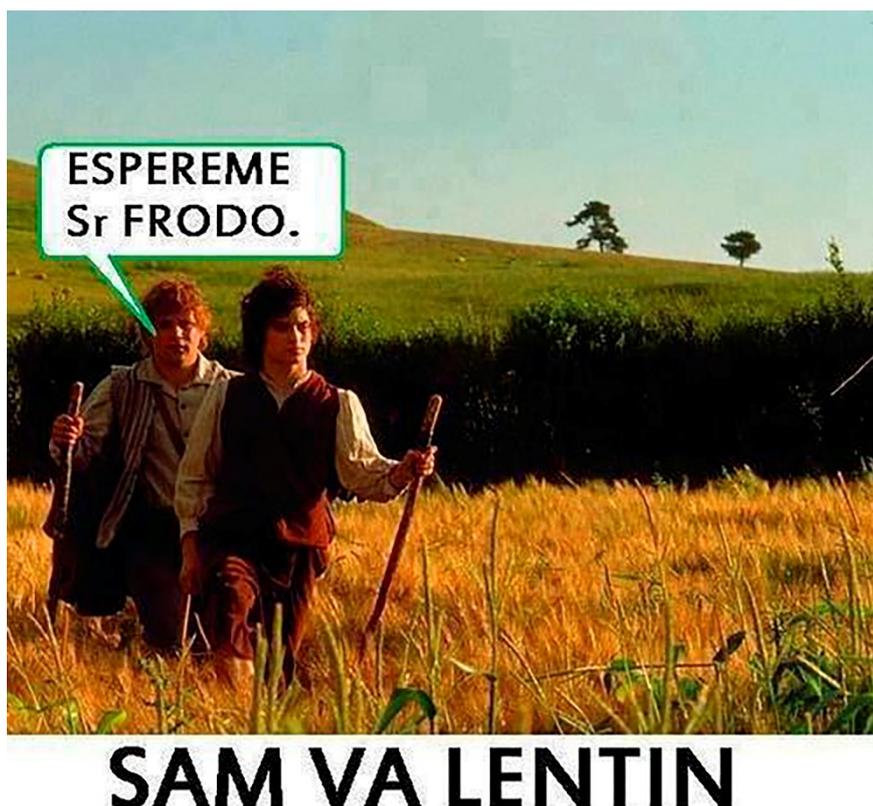


Fig.2: CesitarSource. SAM VA LENTIN (2013). Imagen extraída la web Your Know Meme: <https://knowyourmeme.com/memes/sam-va-lentin>

El hecho de que se convierta en icono cultural y se inscriba dentro del folclore digital actual en España se debe al *screenlore*<sup>4</sup>. Este término recoge los elementos que se integran en una tradición «alimentada por temáticas populares y puestas en escena por las industrias culturales» (Cortázar Rodríguez, 2014, p. 193). El caso de *Sam Va Lentín*, cuya imagen del

<sup>3</sup> *Retweets* o *retuits*, es el nombre que se le daba a la acción de compartir una publicación en la red social de Twitter. De esta manera queda inserto en tu muro personal, a la vista del resto de seguidores que, a su vez, pueden volver a compartir. Se trata de forma potente de difusión, caracterizada por su eficacia y rapidez.

<sup>4</sup> Con el empleo de este término se hace referencia a «un moderno folclore popular mediado por las industrias culturales a través de las pantallas de las tecnologías de la comunicación e información» (Cortázar Rodríguez, 2014, p. 193)

meme es de origen audiovisual, ha sido resignificada, 'memeficada' y viralizada, entra a formar parte del catálogo folclórico gracias a la remisión a una temática festiva muy conocida, ligada a la fecha en cuestión. Esto nos permite asomarnos al imaginario colectivo de la cultura participativa del meme.

Como la gran mayoría de lo que se inscribe en el *screenlore*, el meme es de participación social. Los usuarios interactúan basándose en el humor para hacer circular este tipo de recursos aprovechando la festividad con la intención de ironizar, satirizar o simplemente divertirse. Esta ritualización de la conducta logra establecer patrones de comportamiento y comunicación en la esfera digital alrededor de dicho meme.

Su factor cultural no solo recoge la fecha y la temática popular de san Valentín, sino que, también, abarca una tradición cinematográfica. El contenido base del meme proviene de una escena de la película citada, considerada per se como parte significativa de la cultura audiovisual del género fantástico en la contemporaneidad. El anacronismo que condiciona la tradición popular recae en el hecho de que, pasados 10 años de su aparición, se siga 'celebrando' mediante la creación de memes ingeniosos basados en el original. La gestualidad inherente a esta imagen se ha reproducido incluso en la elección premeditada de otras escenas del mismo film, contribuyendo a su persistencia y relevancia cultural. [Fig.3].



## SAM VA LENTÍN

Fig.3: Anónimo. *Espéreme Señor Nieve* (2020). Imagen extraída la web:  
<https://www.tuexperto.com/2020/02/14/sam-va-lentin-mejores-memes-san-valentin-2020/>

El hecho de que el actor que encarnaba el personaje de Sam, Sean Astin, también participara y diera soporte en Twitter con el meme, compartiendo con la comunidad no solo a

nivel de España sino en toda comunidad hispanohablante, refuerza tal sentido. Su propia opinión, escrita en 2021 en sus redes, así lo confirma: «For the Spanish and for everyone who wants to know, Mr. Frodo Will live in my heart forever!».

Esto solo ayuda a consolidar la tradición virtual de *Sam Va Lentín*, donde la réplica memética de la que Dawkins hablaba hace que cada año aparezcan diferentes memes cada vez más originales [Fig.4], sin dejar de lado el primero y más original. Así, la popular festividad, reconvertida por la comunidad cibernética, relanza su significado social hacia una faceta en la que el humor es protagonista.



## SAMBA LENÍN

Fig.4: Anónimo. *Samba Lenin* (2020). Imagen extraída la web: <https://www.tuexperto.com/2020/02/14/sam-va-lentin-mejores-memes-san-valentin-2020/>

Aprovechando esa populosa hiperconectividad, pusimos en práctica en 2022 un experimento a través del perfil propio en Twitter: un meme 'conmemorativo' de la efeméride, creado *ex profeso*, en el que el aludido juego de palabras quedase unido a otro conocido meme, el del autobús [Fig.5]. Pretendíamos de esta manera contribuir desde el humor a la festividad distinguiendo entre quienes participan de la celebración tradicional y quienes, por el contrario, lo hacen de la generada en el folclore digital.

Tuvo tanto éxito ese mismo año que se hizo viral con unos 1.805 retweets y más de 17.500 'me gusta', por lo que la función del chiste visual se cumplió a partir de esa triple

conjunción actoral que apuntaba Freud. Esta alternativa jocosa se ha consolidado con el paso de los años, convirtiéndose en un recurso anual marcado por una dosis constante de humor y originalidad.



Fig.5: VeuTrencada. *Feliz Sam Va Lentín* (2022). Imagen extraída de: <https://x.com/VeuTrencada/status/1493106607957458946/photo/1>

## 5. Conclusiones

El análisis de este caso, *Sam Va Lentín*, desde los estudios visuales y la historia del arte, permite la conceptualización de los memes como iconos culturales y humorísticos nacidos al amparo de la web 2.0. Una cuestión que ayuda a comprender cómo el uso de estas imágenes se ha asimilado por los medios propios de la comunicación contemporánea al ser parte indisoluble de la cultura desarrollada en Internet.

Su carga cultural e icónica quedan reforzadas por las comentadas teorías de Eco y Mitchell, quienes ponen el acento en su significado simbólico y en su funcionamiento dentro de un amplio contexto dotado de connotaciones semióticas y sígnicas. En este sentido, no solo son reflejo del contexto social, sino, también, de los rasgos culturales más característicos del

momento en el que surgen. Como podido comprobar en las páginas precedentes, el meme no solo se ha convertido es un fenómeno en sí mismo, sino que forma parte del ecosistema folclórico digital, renovando tradiciones anteriores y reforzando su función humorística. Además, también podemos observar que, en el proceso de creación y difusión, se pone de relieve una de sus características principales: de la rápida transmisión y adaptabilidad gracias a las conexiones establecidas a través de la risa y la ironía con una amplia gama de usuarios.

*Sam Va Lentín* ha sido un caso de estudio notable, primero por sus orígenes, descrito en los párrafos anteriores; y, segundo, por su perdurabilidad en el tiempo ya que, año tras año, ha quedado marcado cual elemento tradicional propio de la era tecnológica actual. Es fácil rastrear su nacimiento hace 10 años debido a su rápida difusión y gran repercusión. Además, al ser parte de la sociedad virtual, la participación directa ha facilitado observar su función y el efecto del humor en las imágenes. Por su inscripción en el panorama del *screenlore*, el público juega un papel crucial, no solo por su reacción ante el meme sino por la libre participación. Esto ha permitido que su presentación visual sea original y novedoso cada año, adaptándose y reinterpretándose de forma constante. En consecuencia, este meme destaca como reflejo de la sociedad contemporánea, a la que le aporta dosis culturales y valores sociales.

Por ello, y a través de este estudio, nos ha parecido importante destacar cómo una imagen humorística, un meme, experimenta un proceso de conversión icónico para, de esta manera, terminar convertido en recurso acostumbrado. De igual manera, es relevante la importancia que este tipo de ejercicios plásticos tienen en relación con la iconografía moderna de la era digital. Como resultado, su aparición, consolidación y múltiples versiones abren nuevas puertas para futuros estudios, desde su análisis en la viralidad hasta la gestualidad, así como por mantener un funcionamiento similar al de sus más inmediatos antecesores históricos: los chistes gráficos. Un punto de vista desde el que se pueden seguir ampliando estudios sobre el humor, considerados menores en algunos ámbitos o que carentes de seriedad. Al igual que ocurre con cualquier tema de estudio, el humor es un género con muchos caminos a explorar; e, insertos en dicha clave, los memes muestran un potencial analítico del que se podrá seguir sacando conclusiones a futuro.

## 6. Referencias bibliográficas

- Bergson, H. (1947). *La Risa: Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Losada.
- Bonazzoli, F. y Robecchi, M. (2013). *De Mona Lisa a los Simpson. Porqué las grandes obras de arte se han convertido en iconos de nuestro tiempo*. Planeta.
- Bordería Ortiz, E., Martínez Gallego, F. A. y Gómez Mompert, J. L. (2015). *El humor frente al poder: prensa humorística, cultura política y poderes fácticos en España (1927-1987)*. Biblioteca Nueva.

- Cortázar Rodríguez, F. J. (2014). Imágenes rumorales, memes y selfies: elementos comunes y significados. *Iztapalapa: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades* (77), 191-214. <http://dx.doi.org/10.28928/ri/772014/aot3/cortazarrodriguezfj>
- Davison, P. (2012). The Language of Internet Memes. En Mandiberg, M. (Ed.). *The social Media Reader*, 120-134. New York University Press.
- Dawkins, R. (1993). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Biblioteca Científica Salvat.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. Editorial Lumen.
- Etreros, M. (1983). *La sátira política en el siglo XVII*. Fundación Universitaria Española
- Freud, S. (1905 [1969]). *El chiste y su relación con lo inconsciente*. Alianza.
- Galván Freile, F. (2004). Entre la diversión y la transgresión: A propósito del humor en las artes plásticas medievales. *Cuadernos del CEMYR* (12), 37-68. <https://doi.org/10.25145/j.cemyr.2004.12>
- García-Page Sánchez, M. (2010). El calambur, una propuesta de definición. *Moenia: Revista lucense de lingüística y literatura* 16, 167-194.
- González, G. y Rivera Magos, S. (2020). Virus y viralidad: Los memes durante la Pandemia por COVID-19. *Virtualis: revista de cultura digital* 21 (11), 27-51. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v11i21.347>
- Hodgart, M. (1969). *La sátira*. Guadarrama.
- Hobsbawn, E. J. (1883). *The invention of tradition*. Cambridge University Press.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Anagrama.
- Marcos Arévalo, J. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60 (3). 925-956.
- Martín Prada, J. (2007). La web 2.0 como nuevo contexto para prácticas artísticas. En J. Martín Prada (dir.) *Inclusiva-net. Nuevas dinámicas artísticas en modo web 2.0*. (pp. 6-7). Medialab Prado.
- Miguel Mora, C. de (Coord.) (2003). *Sátira, paródia e caricatura: da Antiguidade aos nossos dias*. Universidade de Aveiro.
- Milner, R. M. (2017). *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. The MIT Press.

- Mitchell, W. J. T. (2016). *Iconología, imagen, texto, ideología*. Capital Intelectual.
- Mitchell, W. J. T. (2017). *¿Qué quieren las imágenes?* Sans Solei.
- Pla Vivas, V. (2010). *La ilustración gráfica en el siglo XIX: Funciones y disfunciones*. Universitat de València.
- Redondo García, M. (2009). *Ilustración digital*. Ministerio de educación y Formación Profesional.
- Rowan, J. (2015). *Memes: inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Capitán Swing.
- Ruiz Martínez, J. M. (2018). Una aproximación retórica a los memes de internet. *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica* 27, 995-1021.
- Shifman, L. (2013). *Memes in Digital Culture*. The MIT Press.
- Testa, P. et al. (2015). Aproximación multidisciplinar al concepto cultura. *Hybris: Revista de filosofía* 6 (1), 59-92. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.18117>
- Warburg, A. (2010). *Atlas Mnemosyne*. Akal.