

**Reseña de**  
*François Jost. Dígalo con  
memes. De la parodia al  
mundo digital. Buenos Aires,  
La Crujía, 2023. 191 págs.*

238

**Guido Vespucci**

---

vespucciguido@gmail.com - Universidad Nacional de Mar del Plata

---

**La Trama de la Comunicación** - Volumen 28 Número 2 - julio a diciembre de 2024  
ISSN 2314-2634 (en línea) / P. 238-244

*Reseña de François Jost. Dígalo con memes. De la parodia al mundo digital. Buenos Aires,  
La Crujía, 2023. 191 págs. Guido Vespucci*

Reseña de  
*François Jost. Dígalo con  
memes. De la parodia  
al mundo digital.*



Si en tiempos recientes surgió un artefacto cultural que logró instalarse con tanta velocidad como para volverse parte de nuestra cotidianeidad en un abrir y cerrar de ojos, ese es el *meme*. Familiar, aunque paradójicamente, también extraño. Un integrante nuevo en la familia, que se sienta a diario a comer con nosotros, pero del que apenas sabemos su procedencia, sus gustos y sus intenciones, sino tan solo su nombre, *meme*. Ningún otro artefacto cultural se ha vuelto tan rápidamente masivo ni tan socialmente omnipresente. Ni el libro, ni la fotografía, ni internet, por marcar ejemplos diversos con sus respectivos sistemas de reproductibilidad técnica, pudieron desplegarse sin fricciones entre clases o grupos, salteando densos capítulos sobre sus perniciosos efectos ideológicos o sus componentes salvíficos y democratizadores, estos es, el eterno retorno del debate entre apocalípticos e integrados. Los memes, en cambio, ya estaban en circulación y consumo masivo “cuando nos vinimos a dar cuenta”. Ya consumidos –y en consumo–, ahora advino el síntoma del extrañamiento, al menos desde los estudios culturales, de medios y comunicación digital y de la semiología. Aquí se inscribe *Dígalo con memes*, del semiólogo francés François Jost.

Como tal, esta reciente obra se lee en una doble clave, con un pié en la *expertise* del arsenal conceptual de la semiología, y con otro que expresa más didáctica y hasta entretenidamente “el placer por los memes” que el mismo autor confiesa tener y que pretende contagiar, con un nutrido corpus de imágenes que evidencian los orígenes del fenómeno hasta su proliferación y diversificación; desde el famoso Gift *Confused Travolta*, publicado por primera vez en 2012, pasando por los más variados tipos de memes (*photo fads*, *reactions photoshops*, *lolcats*, *lipdubs*, entre otros ensambles de imagen, texto y sonido) y los sitios o redes donde surgen y se viralizan. Pero la clave del éxito, o una de ellas, es haber traído por parte del autor el recurso comparativo con *esas otras imágenes* más legitimadas como obras del campo artístico, particularmente de la cultura pop, esto es, las innumerables

parodias de *La última cena* de Leonardo da Vinci. Allí se luce el rendimiento de las categorías semiológicas. Lo común de esas obras reside en la figura de *la parodia* –*figura* antes que *género*, aclara Jost, ya que siguiendo a Genette, aquella puede ser *lúdica*, *satírica* o *seria*. Las sustituciones en que se basan, apuntan a atribuir a un personaje el aura de Cristo (sea Marilyn Monroe, Bobo Dylan, Mickey, Superman, Mao Tse Tung, entre muchos otros personajes que hacen a la cultura pop). Entre sus más variadas y desopilantes versiones de apóstoles (que van desde El Pato Lucas a Bugs Bunny, el Coyote, Popeye o los Picapiedras), se recrean los roles del original, jugando con la intriga por quién o qué cosa ocupa el lugar de la traición de Judas. En esa clave, argumenta Jost, “se afirma la legitimidad de una esfera cultural (el rock, la historieta) o la reivindicación de una legitimidad negada por la historia, la de las mujeres, los homosexuales, los negros” (p. 74), como también de líderes populares o carismáticos. Por una vía, esas imágenes articulan actos de reivindicación y militancias, críticas a la historia. El desvío de la parodia como crítica. Por otra, expresan diálogos explícitos e implícitos al interior del campo artístico, o quizá sean el propio *métier* de la historia del arte, con la marca estilística y autoral registrada, por cierto.

Nada de eso hay en el fenómeno meme, cuyo único propósito parece ser el de provocar risa, muchas veces por el propio choque de universos puestos *in praesentia*, ya que mientras las parodias son figuras de *sustitución*, los memes son figuras de *adjunción*. Éstos suelen añadir elementos visuales o lingüísticos para desviar una imagen que se duplica, requiriendo poco conocimiento lateral del receptor/a; aquellos tienden a reproducir parcialmente una imagen, a veces muy alejada del original (*in absentia*), recurriendo así al conocimiento y la memoria del espectador/a. “Al igual que el chiste, el meme-broma circula por el espacio público sin que se sepa muy bien quién es el autor o sin que nos importe (...) es anónimo, no es candidato a un estatuto artístico [ni adepto a una causa política en particular], apunta a una suerte de

democratización del desvío” (p. 74). En buena medida, el meme es el chiste en la cultura digital.

¿Se ha inclinado una vez más el péndulo que oscila entre el arte moderno y vanguardista (“crítico”) y el posmoderno (“pastiche”) con la aparición del meme, absorbiendo éste el llano de “la risa por la risa”, versus “el arte por el arte” y “el arte comprometido”? Para intranquilidad de los/as lectores/as, Jost refigura esta posible clasificación, con la detección de otra complejidad en el mundo de los memes. El universo de los memes es evidentemente amplio, heterogéneo y puede ir de lo simple a lo complejo. Por ello el semiólogo francés va revisando y desestimando diversas definiciones de meme que lo encorsetan en características que, si bien tienden a estar presentes en muchos de ellos, no cumplen el carácter de regla, para quedarse más bien con una definición de mínima. “Un meme es una imagen o secuencia de imágenes fijas o en movimiento que resultan de la creación o la transformación de una imagen o una serie de imágenes anteriores que circulan en Internet” (p. 29). De este modo, Jost deja de lado lo que considera no obligatorio: la retoma masiva, la viralidad e incluso el aspecto humorístico, pues también existen memes serios.

Así, su rasgo humorístico, y su filiación al género popular del chiste, no agotan su producción. Se puede pasar entonces de una simple adjunción provocativa a *La última cena* con la incorporación de la imagen de Miley Cyrus mostrando sus nalgas a la vista de Cristo (*Miley Cyrus Twerks*), a virales o restringidos memes donde el humor no es la clave, al menos de la intención del *memeur*, como por ejemplo: *Coffin Dance*, un meme que se compone de dos partes, en la primera se exhiben imprudencias de distinto tipo, como un joven que realiza un peligroso salto hacia atrás y cae de cabeza (o un coche que efectúa un salto al vacío desde un barranco), mientras que en la segunda imagen, en un juego de causa y efecto inevitable, se ve a dos miembros de una comunidad africana cargando un ataúd en un ritual funerario. *Abby Choke edit*, un meme que en forma de dibujo representa a

un sujeto estrangulando a otro, y que ha aparecido con múltiples variantes de figuras famosas encarnando a ambos personajes. Otro en que se ve a dos astronautas observando La Tierra, y uno expresa “What the fuck, it’s flat!” (“¡qué carajos, es plana!”), y el otro responde apuntándole con un revolver a la cabeza, “Lo siento, amigo”. Este meme se volvió viral adoptando variantes como “Whait, is all America/Always has been” (“Espera, todo es América/Siempre lo fue”) o *Whait, is all Ohio*. Un último ejemplo que vale la pena por su clave conceptual, *Return to Monke*, el clásico gráfico darwinista de la evolución homínida, pero el último homo-sapiens grita “vuelvan a atrás, quiero ser un mono”.

Crudos, conspirativos, políticos, conceptuales, estos memes (como tantos otros) conllevan así otras claves de interpretación que, provoquen o no la risa, no se reducen al género popular del chiste, lo que obliga –o al menos supone– la puesta en juego de diversos capitales culturales para la recepción. Así, el meme es efectivamente popular, proliferante y masivo, como también refinado, conceptual y restringido. Una vez más, un artefacto cultural mediado tecnológicamente nos exige considerar la ya clásica hipótesis de la circulación “alto/bajo” en la formación de la cultura popular –que en esta obra adopta la manifestación del pop *en* el gran arte y del pop *como* gran arte– haciendo depender la reproducción o la transformación de los significados de los contextos de uso y los perfiles o capitales de los/as productores/as y consumidores/as. Aunque no esté expresada de este modo por el autor, la obra desarrolla numerosos elementos teóricos y empíricos para confirmarla e incluso desbordarla.

En efecto, Jost inicia su obra argumentando que profundizar el conocimiento de los memes es continuar el análisis de la cultura popular. Pero esto no lo deja atado a los dispositivos tecnológicos en sí, ni al capitalismo ni a la modernidad. Coincidiendo con Genette, quien sostenía que en la literatura no existe un texto creado *ex nihilo*, afirma que “no hay texto cero”, cualquier texto –o cualquier manifestación artística y cultural– siempre puede

ocultar otro que, en cierto modo, se encuentra por debajo. Se despeja así el síntoma de extrañamiento inicial, porque si bien de ninguna manera hay un gusto universal, Jost concluye que los memes vienen a expresar una nueva fuente para un placer muy antiguo, como lo es el del juego de la repetición y la variación cultural.

## Datos del autor

Guido Vespucci  
Investigador Adjunto del  
CONICET, Profesor Adjunto  
de Sociología de la Cultura,  
Universidad Nacional de Mar del  
Plata; [vespucciguido@gmail.com](mailto:vespucciguido@gmail.com)