

Lucas Arce Casal y Gerónimo Del Real



TUDO MEME ES POLITICO

*La construcción discursiva del humor político a través
de los memes en Twitter y Facebook:
aborto, tarifazos y FMI.
Segundo cuatrimestre de 2018*

Dirigido por Dr. Leonardo Murolo

TODOMEMEESPOLITICO

Arce Casal, Lucas
Del Real, Geronimo

Director: Leonardo Murolo

Diseño: Natalia Rasgido

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
2019

Agradecimientos

A *Leo* por dejarnos ser y guiarnos,
a *nuestras amigas* por su apoyo desde el primer día,
a la *Universidad pública y gratuita* por estos seis años.

A *mi familia* por bancar y malcriarme siempre,
a *mis amigos/as del sur* que me acompañaron en estos años,
al *gran Centro Universitario de Chubut* por ser mi segunda casa,
A Lucas por bancarse todas.

A *mi mamá* por su esfuerzo y sus enseñanzas
A *toda mi familia* que me acompañó con mucho amor
A *mis amigos de la vida*, hermanos que uno elige,
A Gero por estar en todo siempre.

Índice

Resumen	7
Palabras claves	7
1. Introducción	9
2. Antecedentes	13
3. Marco teórico	17
3.1. Nuestro objeto de estudio	18
3.2. Espacios de circulación	22
3.3. Cómo leer / entender los memes	26
4. Marco metodológico	31
5. Análisis	35
5.1. Aborto	36
5.1.A. Dino senadores	40
5.1.B. Feto gigante	42
5.1.C. Silvimis lis dis vidis	46
5.1.D. Buenos y malos	48
5.1.E. Aborto de madrugada	52
5.1.F. Bonus Track: Salvemos las dos cifras	56
5.2. FMI	58
5.2.A. De malo a bueno	62
5.2.B. Llegó la hoz	64
5.2.C. Vendo todo me voy a la mierda	66
5.2.D. Promesas de revolución	68
5.2.E. Con un sello	72
5.2.F. Deseando a Cavallo	74
5.3. #MacriTips	76
5.3.A. Su cara lo dice todo	80
5.3.B. Se juega en el mensaje	82
5.3.C. #MacriTips recargados	84
5.3.D. Bonus track final	86

6. Conclusión	89
7. Referencias bibliográficas	93
8. Anexo	97
Imagen n° 1: primeros memes	98
Imagen n° 2: de la página web Desmotivaciones.es	98
Imagen n° 3: cuadro de memes preseleccionados	99
Imagen n° 4: meme del biólogo Kornblitth	99
Imagen n° 4: declaraciones pseudocientíficas	100
Imagen n° 5: niño asiático	100
Imagen n° 6: actor de Full House	101
Imagen n° 7: meme "original"	101
Discurso Macri sobre la vuelta del FMI	102

Resumen

Los memes -imágenes alteradas que apelan a experiencias previas- son prácticas comunicativas que se han apropiado los y las jóvenes en las redes sociales.

Entendemos, en esta investigación, una “nueva” forma descentralizada de producción de humor como interpelador de sectores que, hasta hace relativamente poco, se autoexclúan de la política por la falta de identificación. Sin caer en una mirada ingenua sobre Facebook y Twitter, que invisibilice su carácter de megaempresas de comunicación, es que los analizaremos desde los conceptos teóricos de hegemonía (Williams), codificación /decodificación (Hall) y connotación / denotación (Barthes), como también los recursos literarios que se utilizan y reiteran en los diversos memes.

Cuando reconocemos las características del humor y su capacidad de interpelar desde otro espacio, lo hacemos pensando al humor político como herramienta de construcción delógicas, que rompen con lo tradicional. Sin embargo, éstas no dejan de tener un impacto transformador en las subjetividades e identidades.

El análisis de esta investigación se concentra en dieciocho (18) memes del segundo cuatrimestre del 2018 -de mayo a agosto- en torno a tres temáticas que abrieron grandes debates: aborto, regreso del FMI y #MacriTips.

Cada uno de estos temas produjeron diferentes tipos de discusiones, con posiciones encontradas que fueron evolucionando en torno a argumentaciones, como lo fue el proyecto de Ley sobre el Aborto Legal, Seguro y Gratuito. En el caso de los #MacriTips, la ironía y la burla fueron más contundentes hacia la figura específica del Presidente, con gran énfasis en la repetición. En cambio, el capítulo sobre el regreso del FMI, nos permitió reconocer aquellos rasgos del pasado oscuro de nuestro país, y cómo los memes buscaron mostrar las paradojas y coincidencias que existen entre los gobiernos de tinte neoliberal.

Estos análisis son necesarios para comprender cómo se modifican los comportamientos y usos de las redes sociales con la inmediatez articulando lo social, lo económico y lo político. Sabemos que los memes son prácticas comunicativas que se anclan en la interpelación y que ganaron amplio terreno en los vínculos cotidianos, tanto digitales como personales.

Palabras claves

Memes, humor, redes sociales, Facebook, Twitter, connotación.

Este Trabajo Integrador Final está escrito para tratar de interpelar a todas y todos: sabiendo que retomamos investigaciones de otros países, este trabajo busca ser comprendido en esos espacios, donde no existen las mismas discusiones sobre el lenguaje sexista que hay en Argentina.

1. Introducción

La cotidianidad nos interpela todo el tiempo en un contexto mediatizado, vemos cómo las relaciones se van modificando con el uso de las redes sociales. Una de las particularidades de esta era digital en la que vivimos es que podemos conversar constantemente con otros y por ende, interpelar, discutir, posicionar y otros verbos que remiten a la dialogicidad; el humor tiene su lugar en la web y nosotros vamos a estudiar específicamente a los memes en su construcción discursiva.

Este Trabajo Integrador Final (TIF) abordará distintas aristas que la Argentina atravesó en el segundo cuatrimestre (de mayo a agosto) del 2018. La agenda gubernamental nacional estuvocargada social, económica y políticamente: la discusión en el Congreso y el Senado de la Nación del proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE), el regreso del Fondo Monetario Internacional (FMI) y los diversos aumentos en el valor de las tarifas de los servicios públicos y los medios de transportes (“Tarifazos” a partir de ahora). Estos temas fueron recurrentes en la creación y consumo de memes. Como ya hemos mencionado, los temas fueron seleccionados por su impacto en la agenda mediática y, obviamente, en las plataformas digitales.

El título deviene de la perspectiva de Chantal Mouffe (2015) sobre la definición de lo político como el hacer en común dentro de la sociedad, pero no de manera inocente sino como conflicto: pieza fundamental de esta perspectiva. Esta mirada ideológica buscará ironizar a través de los memes la criticidad para reafirmar y / o defender una postura.

Comprendemos a Facebook y Twitter como grandes espacios donde se produjeron y reprodujeron estos memes: los seleccionados son 18 (nueve de cada red social) aquellos que superan los 1300 compartidos y los 1400 “me gusta” en Facebook; por su parte, en Twitter tienen un piso mínimo de 500 *retwitt* y 2200 “me gusta”. Más adelante explicaremos las distintas dinámicas de cada red social y las particularidades en la creación de contenidos.

Nos posicionaremos desde nuestra condición de comunicadores jóvenes, entendiéndonos como actores políticos y sociales. No tenemos una mirada inocente, somos parte de una aldea global (McLuhan, 1968) y es así que también recorreremos el proceso de construcción y nuestro proceso de consolidación personal.

Los memes, que articulan el entretenimiento y la sencillez, nos permiten volver a ser cautivados por redes sociales que habían quedado obsoletas o que no nos interpelaban como cuando nos unimos a ellas.

Creemos necesario su investigación por varios motivos:

- Si bien el fenómeno memético es algo que se ha instalado hace más de cinco años, las investigaciones que surgen relacionando al meme con el humor político son, por lo general, del exterior. Casos más relevantes son las elecciones en España (Martínez Rolán & Piñeiro Otero, 2016, 2017; Paneque Folch, 2017), y un estudio en Ecuador (Romero González, 2016). Es casi nula la presencia de investigaciones sobre la coyuntura actual de nuestro país.
- Entendemos a Facebook y Twitter como plataformas donde se ponen en debate nuestros discursos en la cotidianidad e instantaneidad. Por eso consideramos

preciso, observar de qué manera esto afecta nuestras discusiones políticas, de qué manera esto interfiere en las subjetividades del público memético. Cómo se abren estos campos y reconfiguraciones del contenido actual que nos hablan.

- La interpelación a aquellos que se consideran desde la “antipolítica”, reconociendo a esta disputa discursiva como la falta de identificación con las estructuras de los partidos políticos. Por ejemplo, una persona que votó en las elecciones presidenciales de 2015 a Cambiemos, pueda reírse, burlarse y hasta compartir imágenes que ironizan sobre la figura del Presidente como sucede con el fenómeno #MacriTips (las interpretaciones políticas de la manera que cada ciudadano votó, no podrán ser alcanzadas por este TIF).

- En este mismo sentido, vemos con mucha curiosidad cómo las nuevas mediaciones y vínculos mediatizados, caracterizados por la instantaneidad y las construcciones dialógicas, hacen que las fronteras estén desmarcadas entre productores y consumidores: prosumidores dirá Toffler (1980).

Los medios tradicionales de comunicación intentan adaptarse a la inmediatez que las redes sociales imponen. Esto, vemos que no se cumple, porque existe un desfasaje en las lógicas y estructuras de producción y circulación: hoy el espacio de tematización es -en gran medida ocupado por las plataformas digitales y no monopolizado, por la televisión, la radio y/o los diarios como ocurría años anteriores.

Realizaremos análisis discursivo de los memes comprendiéndolos por su importancia en la comunicación digital y su experiencia formativa profesional, identitaria y, por sobre todas las cosas, coyunturalmente nacional y contemporánea.

2. Antecedentes

Los memes son fenómenos novedosos que hace relativamente poco irrumpieron en la escena digital de nuestra cotidianidad: hace cinco años no podíamos imaginarnos que investigaríamos este fenómeno. Los pocos trabajos de análisis nos plantean la necesidad de posicionar y ahondar sobre el material memético y sus cargas simbólicas en relación a temáticas que nos encuentran interpelándonos constantemente.

Para hablar de espectacularización de la cotidianidad argentina podemos y debemos remitirnos a los principios del humor político, en sus primeras expresiones gráficas caricaturescas como las revistas *Caras y Caretas*¹ y *Humor*², donde la crítica actuaba en primer plano. Por su parte, Rastelli & Sosa (2010) y más específicamente Flores (2009) generan la consideración a la crítica no sólo como construcción de la realidad -como podría ser lo realizado por las primeras autoras- sino también como esa resignificación y redefinición de los procesos contextuales socioculturales estudiados concretamente.

Sus objetos de estudio circulan en medios tradicionales y hegemónicos por lo que todo el proceso de producción de sentido y contenido es distinto a los referidos más adelante en este TIF; es decir, no suponen una resignificación y posterior viralización mediatizada, compartido y discutido en las redes sociales y, en algunos casos, un reconocimiento de los medios tradicionales de comunicación.

En la Universidad Nacional de Rosario (UNR) encontramos que, al igual que nosotros, se estudiaron las significaciones de los memes en las redes sociales: Rubio (2018) explicó en su tesina cómo las imágenes connotan y denotan sentidos en una articulación temática entre la serie animada *Los Simpsons* y el Mundial de Fútbol - Rusia 2018, recalcando la importancia del lenguaje utilizado. También Bitti (2018) buscó ejemplificar y explicar los cambios lingüísticos en escenas-imágenes de la misma serie estadounidense; detalló además cómo los usuarios comentaron con esa misma lógica humorística.

Los aportes de estas dos tesis son parciales -para nuestro trabajo- ya que no mostraremos a continuación los efectos ni la repercusión de los memes, sino un análisis específico del mensaje y su ironía coyuntural.

1 Se publicó por primera vez en 1898 y fue la primera revista en posicionarse políticamente utilizando el humor a través de la ilustración y la historieta.

2 Revista *Humor* se editó por primera vez en junio de 1978 e impactó por sus caricaturas políticas en la portada.

Es en este campo de comunicación e investigación que vemos una gran propuesta para explotar este objeto de estudio específico y más si hablamos sobre la coyuntura nacional. Trabajos, tesis y ponencia de otros países como España o Ecuador, son solo algunos y pocos que tratan este material humorístico. Martínez Rolán & Piñero Otero darán cuenta de las “fronteras desvanecidas de comunicación y participación (online) y la redimensionalidad que se produce por ello” (2017, p. 56). A partir del perfil de Twitter de Mariano Rajoy, ex presidente del Gobierno de España³, estudiaron los discursos políticos siendo redefinidos y resignificados a través de la retroalimentación creativa producto de los distintos memes circulantes en redes sociales, entendiéndolas como comunidad globalizada.

En la misma sintonía, estos autores también publicaron en 2016 un artículo analizando las significaciones del texto (imagen y texto) de los contenidos gráficos de los principales perfiles políticos en la conversación online que se estableció durante la celebración del Debate del 2015 sobre el Estado de la Nación en España: más allá de que se traten de personas y temas de interés público, este trabajo determinó que hay perfiles con mayor potencial memético.

Los autores señalaron como conclusiones de este análisis del ideal de memes utilizados por los partidos políticos definidas en dos tendencias: “refuerzo de las ideas defendidas por su líder en el hemisferio; y crítica a la gestión del Gobierno o –en el caso del Partido Popular- al principal partido de la oposición” (Martínez Rolán & Piñero Otero, 2017, p. 158). Es decir que quienes viralizan estos contenidos también lo usan para reforzar su ideología partidaria y de un gobierno posible para todos, en esta aldea global que es Twitter España.

Otro teórico español es Miguel Paneque Folch (2017) que analiza cómo la nueva derecha estadounidense (*Alt Right*) utiliza las redes sociales y específicamente los memes para su propagación de ideales: cómo se empoderan desde el humor, entendiéndolos como cortina para enmascarar su propaganda de odio y como mensaje para nada estanco, ya que puede y es modificado por los distintos usuarios, legitimando y llegando cada vez a más audiencia digital.

Miguel Ángel Romero González (2016) realizó una tesis donde conceptualiza a los memes como herramienta de visibilización, a través del humor, de la crítica en temas políticos de Quito (Ecuador); así descontractura y permite otros tipos de diálogos con el público que consume las imágenes.

Los trabajos de investigación realizados desde la perspectiva humorística de los memes no son autóctonos y, los que sí lo son, no tratan los temas políticos coyunturales; por ende, vemos la necesidad de que en nuestro país se dé espacio a la investigación sobre la sociopolítica actual, como la que abordaremos en el análisis de las próximas páginas.

3 Rajoy fue presidente del Gobierno de España en el período comprendido entre el 21 de diciembre de 2011 al 2 de junio de 2018.

3. Marco teórico

3.1. Nuestro objeto de estudio

Para iniciar el recorrido teórico que tendrá esta investigación, vamos a concentrarnos en definir nuestro objeto específico de estudio que son los memes.

El concepto de meme surgió increíblemente de un biólogo científico llamado Richard Dawkins, que escribió *The selfish gene* (1976), un libro que parte de la explicación sobre los genes de los seres vivos, en donde hace una analogía en términos de transmisión cultural. Es decir, entendidas como unidades mínimas de conocimiento cultural que se transfieren entre personas a través de réplicas.

Es así que entendemos la dimensión de memes como imágenes que son modificadas y viralizadas, apelando a conocimientos previos que son resignificados. Además, busca interpelar desde la ironía o sátira, la misma imagen o temática a la que represente. Es un producto comunicacional poderoso, directo, que potencia sus detalles y tiene como particularidad sobresaliente su sencillez: esto lo vuelve accesible para quienes lo quieran crear o solamente reir.

Una de las particularidades ya antes mencionada es su gran capacidad de viralización, entendida como expansión que generan los usuarios en las distintas redes sociales, compartiendo estas imágenes en sus cuentas personales. Otro rasgo es el de la instantaneidad que existe en relación a las temáticas. Sobran ejemplos en la actualidad de cómo ciertos sucesos políticos, sociales, económicos o deportivos aparecen, en cuestión de minutos, ironizados en las redes sociales, entendiendo estos espacios como lugares de disputas simbólicas.

Los memes pueden entenderse como rupturistas, en primera instancia porque exige “repensar las prácticas de lectura y escritura online; de creación, colaboración y distribución masiva” (Martínez Roldán & Piñero Otero, 2017, p. 56). En segundo lugar el meme al romper las lógicas de producción hegemónica de los medios tradicionales, permite la democratización del humor y, por ende, la capacidad de seleccionar las temáticas que interpelan al usuario/a de las redes. Esto acompaña a la mirada crítica, descentralizando el saber, repensando las instancias de creación.

Al ser un producto altamente viralizable, estas imágenes atraviesan fácilmente fronteras de público que, en ciertas temáticas como la política (partidaria), no se ha sentido interpelado por las prácticas tradicionales.

Como ya lo hemos dicho anteriormente, los memes son la evolución del humor gráfico. Estos dibujos o caricaturas, que se publicaron en sus inicios en nuestro país en revistas como *Caras y Caretas* o *Revista Humor*, instalaron la idea de poder jugar con cualquier temática, sobre todo en el terreno político.

Las expectativas que antes rondaban en torno a las caricaturas o historietas que aparecían en revistas o diarios sobre los temas del día -como un anuncio presidencial o un movimiento inesperado de la economía-, hoy ocurre que los/as usuarios/as digitales esperan, hacen y consumen memes de manera inmediata.

También los afiches callejeros fueron reemplazados por los memes. Mayormente en el ámbito deportivo, como un clásico entre River - Boca, donde al otro día del partido la ciudad de Buenos Aires aparecía empapelada. Hoy, la respuesta son memes en las redes sociales cargando al clásico rival.

Este marco de expectativas de la gente se puede ver en cómo los medios tradicionales (la televisión o portales de noticias) arman notas sobre los memes más viralizados en relación a esas temáticas.

Podemos ver el origen del concepto y de su contenido pero los memes tienen su propio desarrollo como imágenes alteradas en las redes sociales. En un inicio eran caricaturas que se incorporaban a fotos normales, estos dibujos representaban caras que derivaban en significados o expresiones del momento como: *Troll Face*, *Forever Alone*, *True Story*, entre otros¹.

Similar fenómeno online previo a los memes como los conocemos hoy en día, fueron las “desmotivaciones”²; éstas eran fotos encuadradas en marcos negros que tenían frases o reflexiones en su parte inferior. En 2011 se comenzaron a viralizar (aunque las fechas de estas producciones son muy variadas) sobre temáticas como el amor o el sentido de la vida, con una idea cercana al de autoayuda. Aunque rápidamente empezaron a circular imágenes con frases graciosas³ que se burlaban de las desmotivaciones en sí.

Estos antecedentes que pudimos reconocer son quizá los que nos hayan interpelado en nuestros consumos. No hay ningún trabajo de historización sobre estas imágenes, pero es necesario comprender que existe una evolución y un proceso, para que los memes sean los que hoy se viralizan y los que analizamos.

3.2. Espacios de circulación

1 Ver anexo imagen n° 1

2 Decimos “desmotivaciones” ya que este es el nombre de la página web, donde se suben distintas fotos. Facebook es la red social donde más se comparten estos carteles, aunque actualmente ya no cuentan con muchas visitas o relevancia como en el año mencionado.

3 Ver anexo imagen n° 2.

El lugar donde los memes se producen, se intercambian y circulan son las redes sociales o las aplicaciones de conversaciones como WhatsApp. En particular desde esta investigación vamos a trabajar sobre Facebook y Twitter, plataformas que son las más antiguas, con más cantidad de usuarios/as y donde los memes tienen mayor preponderancia.

Para empezar entendemos a Twitter y Facebook como (mega)empresas que sectorizan nuestra comunidad digital gracias a los datos que proporcionamos, haciendo uso y abuso de esa información. Entre Google y Facebook concentran el 70 por ciento de la publicidad digital en la Argentina, según *ComScore*¹. Estos son datos que nos sirven para dejar de lado la idea de que las redes sociales son simples canales para interactuar, y que cada una de estas plataformas tienen objetivos, targets y/o modalidades distintas.

Twitter posee 7,6 millones de usuarios (tercera red social más usada en el país). Tiene como fortaleza la imposición de temas en la agenda mediática, sumado a su capacidad de instantaneidad, donde los/as usuarios/as publican memes -muchas veces- acompañados de *hashtags*: éstos marcan tendencia (*Trending Topic*) sobre lo que más se está mencionando en la red en ese momento o día y además se puede retomar escribiendo el signo “#”. En Twitter las conversaciones o discusiones políticas se dan en tiempo real, involucrando cada vez más usuarios/as que tienen su espacio de disputa en los hilos de conversaciones y/o menciones a otras cuentas.

En cambio, Facebook tiene 32 millones de usuarios/as (*We Are Social*, 2018²): sin tener un target específico ha incluido en su plataforma público de todas las edades con diferencias en sus usos y apropiaciones. Ser la red social con más cantidad de usuarios/as del país y más antigua (que sigue en vigencia) hace que sea un espacio de producción asegurado de memes o de difusión. Muchos/as usuarios/as no utilizan rutinariamente Facebook, sino que lo usan como lugar de búsqueda de memes que luego son replicados por otras plataformas como Instagram o WhatsApp. Por su parte Twitter, tiene otra dinámica en su generación de memes ya que éstos, por lo general, son imágenes alteradas donde se le agrega un pequeño texto, como producción personal. Además, el método de circulación de memes en esta red es cerrado, ya que se comparten dentro de la misma.

El meme, nuestro gran objeto de estudio, se comparte específicamente en las redes sociales y es donde, en esa difusión, se determina una identidad y subjetividad específica ayudada por ese humor político intrínsecamente crítico: en términos de Marshall McLuhan (1968) se conforma una aldea global (digital) gracias a la globalización posibilitada por la inmediatez de la información. Estas nuevas relaciones sociales mediadas por las tecnologías deben ser pensadas, como conceptualiza Bianca Racioppe (quien retoma a Roger Silverstone), “en su espesor cultural, político y social” (2012, p. 112) entendiéndolas como habilitantes o inhabilitantes de acciones.

En esas características se inscribe lo que define Henry Jenkins como audiencias interactivas para dejar de pensarnos en simples consumidores mediáticos, sino también en usuarios/as “productor, distribuidor, publicista y crítico mediático” (2009, p. 162). Aunque el autor se basa en un estudio sobre comunidades de fans, podemos ver cómo en las páginas de memes o en su circulación se reflejan muchas de las mismas particularidades.

Estas nuevas audiencias interactivas generan nuevas formas de conocimiento, de humor y de tematización ya que no son “autónoma[s]: sigue[n] operando de la mano de las poderosas industrias mediáticas” (2009, p. 163).

Los/as productores/as de contenidos, más que nada en Facebook, deciden esconderse detrás de seudónimos ya que no les interesa ser reconocidos/as en lo individual por los/as seguidores/as de sus memes: en su proceso creativo produjeron un perfil con gustos, intereses y posicionamientos que aparecen en cada imagen. Les es suficiente las interacciones que reciben las imágenes para continuar haciéndolo. En la actualidad, todos/as los/as usuarios/as con dispositivos electrónicos tienen la posibilidad de elegir una imagen de fondo y agregarle un texto deseado que sirve de chiste. Esto es un incentivo para que todos/as los/as que deseen, puedan crear sus propios memes y compartirlos con sus amigos/as o con su comunidad digital. Este fenómeno se puede observar con mayor naturalidad en Twitter, donde los prosumidores publican directamente desde sus cuentas personales.

La risa generada a partir de memes supone unir a una comunidad en torno a mismos saberes, pensamientos e ideologías, para romper con esquemas rígidos de la sociedad y burlarse de determinadas situaciones.

1 10 años de redes sociales: cómo impactaron desde su explosión en la Argentina. Portal Apertura Negocios. Disponible en: <https://www.apertura.com/negocios/10-anos-de-redes-sociales-como-impactaron-desde-su-explasion-en-la-Argentina-20180725-0004.html> (Consultado el 26 de Julio de 2019).

2 Digital 2019: Argentina (diapositiva 34). Publicado en *Datareportal*. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-argentina> (Consultado el 8 de Agosto de 2019).

3.3. Cómo leer / entender los memes

A la tecnología no debemos solo entenderla como dispositivos u objetos que tenemos a nuestro alcance: las TIC son fenómeno y transformación cultural que hacen a nuestra habitualidad. Reconocer, al mismo tiempo, cómo las mediaciones tecnológicas modifican la relación que tenemos con un otro (Scolari, 2013): la hipermediación como proceso (histórico, social, político, cultural).

Al mismo tiempo debemos hablar cómo se generan nuevas configuraciones ya que van más allá -por encima- de los medios como la televisión, la radio, o el diario. El contexto actual da pie para que se articulen innovación, descubrimiento y un (re) conocimiento de interpelaciones, producciones y reproducciones disruptivas, donde el poder está diversificado y ya no solo en los medios y lógicas tradicionales de comunicación: una escena de Los Simpsons, un anuncio oficial o una publicidad, se reconfiguran a través de las redes sociales como memes.

Siguiendo con el recorrido de los nudos conceptuales que giran en torno a nuestro objeto de estudio, es que no podemos dejar de mencionar la idea de hegemonía que atraviesa cualquier elemento comunicativo. Para esta definición utilizaremos a Raymond Williams -que retoma a Gramsci- entendiéndola como la que “constituye todo un cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida: nuestros sentidos y dosis de energía, las percepciones definidas que tenemos de nosotros mismos de nuestro mundo” (1980, p. 131). Es necesario decir que es un proceso que se encuentra en constante movimiento y renovación pero que a su vez es siempre resistida y desafiada.

Claro que si hablamos de hegemonía indefectiblemente debemos mencionar y conceptualizar desde Foucault (1979) y la “microfísica del poder”, en donde se define como resultado de las relaciones de fuerzas que existen en todas partes y en todos los contextos: poder que no puede ser adjudicado a una única institución, sino que proviene de diferentes lugares, generando efectos de verdad, saber y conocimiento.

Planteamos estos conceptos para comprender que los memes y su criticidad vienen a poner en tensión las relaciones de poder hegemónicas, aunque los mecanismos de interacción hayan mutado. Cuando mencionamos el carácter rupturista de nuestro objeto de estudio, es porque tiene como desafío la lucha por el sentido común. Desde el humor, ironizar y burlarse de la figura del Presidente, y de sus políticas públicas de marginación y exclusión social habilita a utilizar esos espacios de audiencias interactivas para romper los discursos hegemónicos que se repiten en los medios tradicionales de comunicación. Esto genera una participación donde los que se sienten identificados ideológicamente con los memes se vuelcan a compartirlos y a construir nuevas relaciones que puedan verse como contrahegemónicas.

El sujeto de la comunicación interactúa en las redes con sentidos propios, que son reformulados y/o resignificados en su actividad constantemente. Por ende, estos/as usuarios/as consumidores/as y, muchas veces, generadores/as de memes, producen lenguajes con sistemas propios de codificación y decodificación, capaz de entender los sentidos de las imágenes sin mayores explicaciones.

Cuando hablamos de codificación / decodificación nos referimos al concepto

que propone Stuart Hall (1980), un esquema comunicativo con posiciones para cada sujeto: productor-codificador y receptor-decodificador. En el medio se pone en disputa un código que puede entenderse como clasificaciones del mundo desde lo político, lo social o lo cultural, constituyendo un “orden cultural dominante”, dirá Hall.

En palabras del autor “lo que el código naturalizado demuestra es el grado de hábito producido cuando hay un vínculo y reciprocidad entre los extremos de codificación en un intercambio de significados” (1980, p. 4). Claro que en este código pueden existir malentendidos o distorsiones, generando así que el mensaje inicial y/o el contenido no produzca el efecto deseado. Dicho de otra manera, si no se comparte el mismo código no hay significado, por ende, no hay consumo.

Los memes se ven representados dentro de este ejemplo porque juegan con identificaciones previas, aspirando a una manera de codificación específica para su consumo pero que a su vez retoman las clasificaciones propias del orden cultural dominante para, muchas veces, la burla.

Las explicaciones anteriores sobre los diferentes conceptos nos ayudan a poder situarnos no sólo desde nuestra perspectiva a la hora de producir esta investigación sino también para describir las tensiones que rondan frente a nuestro objeto de estudio. Pero, como ya lo hemos planteado anteriormente, trabajaremos sobre el análisis específico de las imágenes que representan los memes. Entonces cuando pensamos en codificación / decodificación, hegemonía o en audiencias interactivas, es para conceptualizar cómo estas imágenes se van llenando de sentidos.

Para comprender las particularidades que aparecen en las imágenes es de gran ayuda el texto “La retórica de la imagen” de Roland Barthes (1964), que nos introduce categorías a partir del estudio sobre una imagen publicitaria. Aunque los memes no son una publicidad, los rasgos de mensaje connotado / denotado aparecen y se pueden desarrollar.

El autor va a definir tres mensajes diferentes en la imagen: por un lado el mensaje denotado más asociado a la percepción, que es lo que podemos observar a simple vista en una imagen, como un mensaje icónico no codificado; esto quiere decir que no se apela tanto a otros saberes sino a rasgos normales de identificación.

Por otro lado está el mensaje connotado, como otra manera de leer las imágenes a través de signos que están conectados a saberes previos con mayor complejidad, que en muchos casos, no todos/as somos capaces de percibir la cantidad de este tipo de mensajes que existen: “La imagen, en su connotación, estaría entonces constituida por una arquitectura de signos provenientes de léxicos (de idiolectos), ubicados en distintos niveles de profundidad” (1964, p. 11). Podemos afirmar que se trata de un mensaje icónico codificado que para interpretarlo debemos apelar a conocimientos culturales, históricos y sociales de mayor calibre. Las lecturas sobre este término son personales, ya que varía según los conocimientos de cada uno/a.

En el texto de Barthes existe un tercer concepto que nos parece necesario explicar que es el del mensaje lingüístico, ya que en la mayoría de los memes pueden aparecer pequeños textos que acompañan las imágenes y justamente su definición nos

servirá para el análisis de esta investigación: “El mensaje lingüístico guía no ya la identificación, sino la interpretación, constituye una suerte de tenaza que impide que los sentidos connotados proliferen hacia regiones demasiado individuales” (1964, p. 7). El carácter polisémico de las imágenes hará una cadena de significación acorde a lo que el/la autor/a del meme propició, si se logra fusionar correctamente con este mensaje lingüístico, que es la parte textual del humor.

Otros elementos que tendremos en cuenta para analizar los memes, son las figuras retóricas, que son maneras de alterar la normalidad del lenguaje para generar efectos de expresividad, exageración o persuasión.

Existen muchas de estas figuras en los memes ya que apelan en reiteradas ocasiones a, por ejemplo, la metáfora, la ironía o la hipérbole, (aunque éstas se irán desarrollando en el análisis propio de cada meme seleccionado).

4. Marco metodológico

Como jóvenes y comunicadores nos encontramos riéndonos todo el tiempo de estos memes, y en algunas ocasiones, cuesta descifrarlos. A veces por argumentaciones rebuscadas, por detalles en las imágenes o simplemente por su viralización inmediata. Con el ejemplo de #MacriTips, podemos decir que éstos llegaron antes que el mismísimo anuncio oficial, ya que los chistes comenzaron a circular de manera rápida en las redes sociales con palabras irónicas pero que nos hicieron dudar qué había dicho realmente el Presidente.

Se encuentran memes de cualquier tema y en todos lados: los publicas en las stories en Instagram; o son parte de una conversación en un grupo de WhatsApp. Muchas veces aparecen algunos que nadie sabe bien de donde salieron, porque no están firmados o porque sus autores/as se protegen en el anonimato de una cuenta. Muchos/as creadores/as no saben bien para quienes producen memes, solo hacen lo que ellos/as consideran gracioso. Dentro de estas discusiones, nos surgen disparadores: ¿Qué elementos se ponen en juego específicamente en las imágenes que se viralizan? ¿Qué clase de prácticas o mensajes apelan para el reconocimiento? o ¿Hasta qué punto su contenido crítico juega un rol político en sectores que se sienten interpelados por los memes?

Analizaremos Facebook y Twitter porque son dos mundos digitales de producción diversas, que contienen diferentes dinámicas y los usuarios tienen distintas lógicas de comunicación ¿Qué comparten? Su masividad a la hora de la prosumición de memes.

Entendemos a Facebook como (mega)empresa que no está destinada a una franja etaria específica porque revolucionó a todo el mundo digital cuando se creó; por ende, entendemos que los cambios realizados por el equipo de Mark Zuckerberg¹ son más para mantener a los/as usuarios/as activos/as, que para aumentar significativamente su número.

En cambio, Twitter es quien más impone la agenda mediática-periodística por su inmediatez y su poder de síntesis (como máximo se puede escribir 280 caracteres en cada *tweet*). El uso del *hashtag* es una de las formas por donde se consume y se recrean nuevos memes: #MacriTips fue *Trending Topic* luego del anuncio del Presidente; en Facebook podemos encontrar páginas creadas, como EAMEO y muchísimas más, donde la producción de memes son el fin único.

Decidimos no utilizar Instagram aunque sea una red social con millones de usuarios/as y mucha variedad y cantidad de memes; pero entendemos que repite las mismas condiciones de producción que Facebook (muchas páginas migraron de una a otra y comparten los mismos materiales). Además, la primera está pensada para un público joven y por eso Facebook nos permite analizar los memes que se producen sin pensar en un/a usuario/a específico/a.

1 Mark Zuckerberg es el creador y fundador de Facebook, actualmente en su rol de empresario absorbió plataformas como Instagram y WhatsApp bajo su firma con tan solo 35 años.

Concretamente no abordaremos una sola página de Facebook o un solo perfil de Twitter: haremos un análisis cualitativo de las compartidas / me gustas / retwitteadas, nombres y “acciones” dependientes de cada red social. Esta decisión es para una mayor diversificación y tipificación de los memes; entenderlos desde su definición misma: todos/as podemos crear desde el lugar que nos interpele y pensar en que los/as demás se sientan identificados/as desde el humor.

Los temas abordados en esta investigación conmocionaron a la sociedad argentina durante el segundo cuatrimestre del año 2018 y por supuesto significaron gran parte de la agenda nacional en su plano social, económico y político (entendemos que ninguna acción gubernamental -en realidad ninguna- se puede leer solo desde una arista pero dejennos anclarlos en una sola para una mejor definición):

- El día 28 de mayo, el Presidente dio un discurso sobre ahorro de energía y en contra del proyecto de ley anti tarifazos por televisión abierta.
- De la misma manera, Mauricio Macri anunció el día miércoles 9 de mayo el regreso del Fondo Monetario Internacional al país.
- Finalmente, y luego de presentarse 7 veces el proyecto IVE (Interrupción Voluntaria del Embarazo), el Congreso y el Senado de la Nación discutieron éste en los recintos los días 13 de junio y 8 de agosto, respectivamente. Tuvo media sanción en Diputados pero no logró su aprobación en la Cámara Alta.

La gran mayoría de los usuarios, en el segundo cuatrimestre del 2018, compartieron, crearon y consumieron memes alrededor de estas temáticas por su gran impacto y discusión en las redes sociales. Ésto no quiere decir que no hubo prosumición de otros temas en ese momento, pero la viralización fue tal que interpeló hasta a usuarios que se creían por fuera de estos tópicos.

La elaboración de un cuadro de análisis para definir qué memes son con los que vamos a trabajar es clave para recortar un universo temático. En el cuadro de elaboración propia N°1² veremos 47 memes seleccionados: distinguidos por redes sociales, por temáticas, por número de compartidas / *retwitt*, por cantidad de “me gusta” y por una pequeña descripción de la imagen con link incluido.

Este, ha sido de producción propia porque no existe tal herramienta que agrupe a los materiales meméticos que se realizan en las distintas redes sociales y, menos, específicamente de los conceptos y definiciones que ocurren desde la política y en la agenda argentina.

El ordenamiento dispuesto es, primeramente, por temática; luego está organizado de forma descendente por cantidad de compartidas / *retwitt* . Esto para poder ver el nivel de viralización que tuvieron las imágenes y vídeos; pudiendo explicar las diferencias y características de un meme prosumido en Facebook y/o en Twitter.

2 Ver anexo imagen n° 3.

Esta preselección surgió para ver y distinguir distintas representaciones en torno a los tres temas abordados para ampliar los marcos interpretativos no sólo de la imagen sino también del texto que acompaña al meme: su articulación con series, películas, imágenes alteradas, chistes reiterativos de una misma imagen, exposiciones y otras que identificaremos más adelante de la investigación.

Aunque el cuadro está ordenado de manera cuantitativa, la información recabada tiene tinte cualitativo ya que el análisis de estas unidades será en función de observar distintas cualidades, identificaciones y/o apelaciones que se hace desde los memes en torno a una misma temática, en un mismo espacio temporal, apuntando a un mismo público. La selección para el análisis de los memes seguirá con esta lógica, buscando una diversidad que nos permita retomar las heterogeneidades de producciones dentro de cada temática.

5. Análisis

5.1. Aborto

El 6 de marzo de 2018 se presentó por séptima vez el proyecto de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) en el Congreso de la Nación bajo el fervor del movimiento feminista y la disputa de poder por parte de organizaciones nucleadas en la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito. ¿Cómo se llegó al 13 de junio?

El movimiento de mujeres (y disidencias) tiene un largo recorrido sociohistórico en la Argentina pero nos enfocaremos en un evento que hace 33 años se hace ininterrumpidamente: los Encuentros Nacional de Mujeres (desde este año Encuentro Plurinacional de Mujeres, Lesbianas, Trans, Travestis, Bisexuales y No binaries) pidieron, debatieron y sintetizaron argumentos por la necesidad de la IVE.

Específicamente, la Campaña tiene sus orígenes en los encuentros de Rosario (2003) y Mendoza (2004) y es el 28 de mayo de 2005, Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres, que se lanzó como colectivo dando fuerza y visibilidad al reclamo por el derecho de las mujeres y disidencias a decidir sobre su propio cuerpo.

Reimpulsado por los Paros Internacionales de Mujeres, los 3 de junio pidiendo #NiUnaMenos y las marchas exigiendo más presupuesto para políticas de género, es que en 2018 se presenta con más de 71 firmas de Diputados/as, el proyecto de ley, con resistencias y apoyos transversales en términos de partidos políticos e ideologías.

Hablamos de verdes porque es el color de los pañuelos que piden “Educación Sexual para decidir, Anticonceptivos para no abortar, Aborto Legal para no morir”: remitiendo al simbolismo de los pañuelos blancos de las Abuelas y Madres de Plaza de Mayo, tan importantes en la visibilización de la mujer y su lucha en la última dictadura cívico-militar argentina. Los “pro vida” también tienen el suyo, de color celeste, que reza la frase “Salvemos las 2 vidas”, en referencia a la figura de la madre y del feto y, además, de frases recurrentes de los colectivos feministas donde se pide que las mujeres dejen de morir por abortos sin condiciones seguras de salud.

El proyecto -que por primera vez logró su tratamiento en el Poder Legislativo- garantizaba el derecho al aborto en dos períodos distintos: hasta la semana 14 (es decir, el tercer mes de embarazo) y hasta el final de este por tres causales (violación, malformaciones fetales graves y peligro para la vida-salud física, psíquica y social de la madre); también incluía al aborto en el Programa Médico Obligatorio (PMO).

Desde el 10 de abril y hasta el 31 de mayo pasaron 690 expositores/as (15 sesiones expositivas) a discutir tanto posiciones a favor de la legalización como también en contra de modificar la legislación actual que data de 1921¹: médicos, actrices, hombres, mujeres, políticos, filósofos, el mismo ministro (ahora secretario) de Salud de la Nación, Adolfo Rubinstein, expresó su posición pro-aborto legal.

¹ El Senado de Argentina dice “no” al aborto y deja al país con unale de 1921, El País (España), disponible en: https://elpais.com/internacional/2018/08/08/argentina/1533714679_728325.html (consultado el 19 de julio de 2019)

Finalmente y con algunas modificaciones, el 12 de junio el proyecto IVE obtuvo dictamen en la Cámara de Diputados con 64 votos a favor y 57 en contra. Las marchas multitudinarias verdes y celestes colmaron los alrededores de la Plaza de los dos Congresos: el 13 de junio, cerca del mediodía, se dió comienzo a la discusión por la legalización y despenalización del aborto en los cuerpos gestantes. Las organizaciones y movimientos de mujeres se encontraban entre el nerviosismo -por el resultado cerrado-, los cánticos, los debates, la música, las pancartas y el glitter verde y violeta.

Faltando minutos para las diez de la mañana del 14 de junio, luego de 23 horas de discusión, se aprueba la media sanción de la ley por 129 votos a favor, 125 en contra y 1 abstención. Existen videos del momento exacto donde la multitudinaria marcha se entera de que el proyecto IVE tenía media sanción².

Llegó el turno de las exposiciones en el Senado donde el período fue más corto y muchas veces se repitieron los argumentos ya explicados en los anteriores meses: fueron solamente 143 oradores. Allí hubo cruces aún más fuertes derivados del tratamiento específico del Aborto Legal, Seguro y Gratuito: el tenso cruce entre el biólogo Alberto Kornbliht y la legisladora por Tucumán, Silvia Elías de Pérez -y su posterior meme³- y los comentarios pseudocientíficos del médico Abel Albino sobre los preservativos y el virus SIDA⁴. Las redes sociales se inundaron de indignación, pedidos de escraches y hasta campañas y/o comunicados de organizaciones como Fundación Huésped⁵.

Finalmente el Senado sesionó el 8 de agosto nuevamente con gran presencia de marchas a favor y en contra del proyecto. Luego de 16 horas, la despenalización y legalización del aborto fue rechazada por 38 votos contra 31 a favor, 2 abstenciones y un ausente. El frío y el dramatismo vivido dentro del recinto acompañó el triste final de las grandes protagonistas de las calles: las organizaciones y militantes a favor de la IVE.

Los feminismos y la militancia verde digitalizaron sus posicionamientos y, también, su bronca: los memes coparon las calles de las comunidades virtuales que se reflejaron de distintas maneras.

² Aborto legal: el festejo de las mujeres luego de la media sanción en diputados. Diario Clarín. Disponible en: https://www.clarin.com/sociedad/aborto-legal-festejo-mujeres-luego-media-sancion-diputados_3_S1QIhxg-7.html (Consultado el 27 de Julio de 2019)

³ Ver anexo, imagen N°4.

⁴ Ver anexo, imagen N°5.

⁵ Comunicado de Fundación Huésped. Disponible en: <https://www.huesped.org.ar/noticias/comunicado-abierto-abel-albino/> (Consultado el 27 de julio de 2019)

5.1.A. Dino senadores



Twitter: 8 de agosto, 22:51hs. 8124 retwitt, 16337 me gusta. @AgustinAres14.

Las capturas son de la transmisión en vivo que se realizó desde el canal oficial de Youtube del Senado, sólo una es de un noticiero pero que repite a este mismo canal de comunicación gubernamental. Considerándolas como 4 imágenes individuales o como una sola, podemos ver lo mismo: distintos hombres y mujeres, representantes de diferentes distritos del país, exponiendo sus argumentos en contra del proyecto; sus cabezas fueron *photoshopped* por las de dinosaurios. Es aquí donde se ponen en juego los códigos compartidos y la contextualización para que este *tweet* sea viralizado, me gustado y *retwitteado*.

Toda ampliación de derechos tendrá resistencias y esta defensa muchas veces se vuelve en argumentos arcaicos, obsoletos para la contemporaneidad: los dinosaurios, en este caso, están representados por los pañuelos celestes, los que están en contra del proyecto IVE.

Algunos ni siquiera del siglo pasado ya que, por ejemplo, el senador de Cambiemos por Buenos Aires, Esteban Bullrich (quien fuera antes de este cargo, Ministro de Educación de la Nación) sentenció que “sin maternidad no hay futuro”, conceptualizando a la mujer solo en un rol: el de madre. Otra frase impensada en estos tiempos fue el del salteño justicialista, Rodolfo Urtubey, quien dijo que “hay algunos casos donde la violación no tiene la configuración clásica de la violencia sobre la mujer”.

Entendiendo a la concepción de dinosaurios en un sentido connotado de antiguo: representantes con un pensamiento retrógrado, en claro desencaje con una posible deconstrucción propia del sistema heteropatriarcal y machista que todavía impera en la sociedad. Pensar que la mujer debe pensar en el futuro desde la maternidad es también una resistencia a las lógicas del reconocimiento y empoderamiento de la(s) militancia(s) (trans)feminista(s). Remite a una noción arcaica, que no puede convivir con la justicia social y democratización que se busca legislando para que el aborto sea legal, seguro y gratuito.

Podríamos considerarlos como una falta de empatía y de comprensión de este tema como de salud pública y del desviamiento de la discusión a otras aristas, que no estaban en disputa. Estos pensamientos y frases dejaron entrever no sólo que no les importaba que las mujeres sigan abortando en la clandestinidad sino que son animales prehistóricos que hace millones de años dejaron de existir: son senadores dinosaurios y, en plena sesión de la Cámara Alta -a las 22 horas-, se viralizó este meme.

5.1.B. Feto gigante



Facebook: 14 de junio. 86831 compartidas, 21000 me gusta. EAMEO.

Este meme es una imagen de una escena de la serie estadounidense Los Simpsons¹ y articula a la representación de un feto gigante que han utilizado los movimientos pro vida en sus marchas. ¿Por qué y cómo se articulan estas ideas y concepciones?

El capítulo específicamente es el número dieciocho (18) de la temporada sexta (1995) y trata sobre un festival de cine que se realiza en Springfield: uno de los cortos concursantes es el del alcohólico Barney Gómez, quien lo presenta como una autobiografía, asumiendo su adicción. Al final de éste, él está acostado en su sillón y dice la frase: “No lloren por mí, ya estoy muerto”.

Retomemos un poco cómo y cuándo apareció una representación gigante de un embrión de 12 semanas en las marchas de los movimientos anti aborto legal: se llama Alma y mide más de 6 metros; fue hecho por “Elegimos La Vida”, organización de La Plata que se aglutina en Unidad ProVida y que se autodenominan “en favor de la defensa de la vida de mujeres y niños”. Su primer aparición fue el domingo 25 de marzo de 2018, en el Día del Niño por Nacer y su objetivo es que “los derechos de los que no se ven hacerlos más grandes para que se vean”, explicó un referente del movimiento a los medios².

Antes de analizar qué connotaciones tiene este meme no podemos dejar de lado que EAMEO es una de las páginas de Facebook (tiene también Twitter e Instagram pero nació en la red de Zuckerberg) que cobró más visibilidad en los últimos años; este es un colectivo de artistas de diseño e interventores fotográficos y desde el 31 de agosto de 2014 -cuando se creó la página- han sembrado un poco más de 1.250.000 de seguidores: la realidad social argentina y mundial desde la mirada articulada de memes y humor “ácido” de sátiras.

Es verdad que quien no ha visto Los Simpsons, difícilmente pueda entender a qué va la imagen y, además, justamente se utiliza una captura-escena que está en blanco y negro, característica que no nos tiene acostumbrada la serie amarilla. Retoman a los saberes adquiridos en todos estos años de los/as televidentes recurrentes y/o los/as fanáticos/as de la serie estadounidense, entendiendo además que es un capítulo estrenado hace casi 25 años. Y no podría relacionarse esta imagen de Los Simpsons si no se supiera de la existencia del feto gigante, ya que coexisten el léxico entre aborto y la escena de la serie animada.

1 La serie Los Simpsons fue creada en 1987 y lleva 30 temporadas producidas y llevadas a la televisión por la productora norteamericana FOX. Estos dibujos animados cuentan la historia de una familia de Estados Unidos que se van encontrando en diferentes situaciones, que muchas veces no son tan ficcionales. Este serie tiene un gran potencial en los memes, por su masividad, por los códigos propios de humor, similares que aparecen en los memes y por su capacidad de interpelar casi todas las generaciones desde su aparición.

2 La historia detrás del bebé gigante de la marcha contra la despenalización del aborto, en Infobae, disponible en: <https://www.infobae.com/sociedad/2018/03/25/la-historia-detras-del-bebe-gigante-de-la-marcha-contra-la-despenalizacion-del-aborto/> (consultado el 21 de julio de 2019).

Como ya hemos dicho, la agenda (mediática) de género ha tenido grandes aristas el año pasado pero la discusión por la IVE fue la más importante: las calles se inundaron de verde pero también de celeste y ahí apareció Alma, el embrión de 12 semanas gigante: un “personaje” al que buscan salvar junto a la madre.

La articulación del feto gigante y esta escena particular nos da el pie para repensar concepciones y saberes de la discusión en torno al “comienzo” de la vida, principal argumento de quienes no apoyan el proyecto; del embrión en sí ya que si se practicara un aborto -desde la mirada antiabortista- este moriría: es así que EAMEO ironiza con la frase de Barney Gomez, “no lloren por mí, yo ya estoy muerto”; y claramente, y ya más enfocado en una cuestión cinematográfica donde la falta de colores vivos, da una sensación de tristeza, de desolación y/o de soledad.

Además la representación de borracho no estaría dentro de los cánones de quienes son referentes o simpatizantes del movimiento celeste: una de sus pancartas era una imagen de un feto y al lado una descripción de “yo quiero ser ingeniero”³. Dando a entender que “desea” ser un estudiante de una carrera hegemónicamente aceptable, y sabiendo qué hacer de/en su vida universitaria pero que, en definitiva y científicamente, este no tiene sistema nervioso a las 12 semanas.

3 ¿Porque internet se llenó de “bebitos ingenieros”? Diario Perfil. Disponible en: <https://www.perfil.com/noticias/sociedad/por-que-internet-se-lleno-de-bebitos-ingenieros.phtml> (consultado el 27 de julio de 2019)

5.1.C. Silvimis lis dis vidis



Twitter: 13 de junio, 22:22hs. 5601 retwitt, 27566 me gusta. @daildv (26500 seguidores).

La madrugada ya estaba cerca y el resultado de la aprobación del aborto en Diputados se peleaba voto a voto. El Congreso estaba vallado y dividido en dos: era multitudinario el lado verde pero eso no hacía sentir menos frío. Todas tenían brillos, glitter, el pañuelo de la Campaña y muchas, además, carteles con frases: “Silvimis lis dis vidis” con letras celestes y fondo blanco, era uno.

Sororidad en las calles, viralización en Twitter. La pancarta que estaba en la marcha retomaba el humor irónico que se representa en los memes; entonces a la hora de subir esta foto -que cualquier persona le habrá sacado- a esta red social, se convirtió inmediatamente en un meme representado en sí mismo, viralizándose.

El color celeste, la frase y la sola utilización de la letra I remite a significaciones distintas: como ya hemos dicho, los pañuelos anti-aborto son de color celeste y tienen la frase “Salvemos las dos Vidas”, en relación a que se cumpla el embarazo sin la decisión propia de los cuerpos gestantes.

Además, es una respuesta y una burla contestataria a la repetición de esa misma frase en tono infantil: entendiendo que muchas veces se las ha posicionado como niñas “que no saben lo que dicen”. El movimiento feminista se reconoce fuertemente -como una virtud- desde la juventud, por eso el cartel responde desde ese lugar. Sumado a esto, entienden que el slogan utilizado por los celestes está vacío de contenido y que no da respuesta a la problemática de las mujeres que mueren por abortos clandestinos: es así que el cartel es una contrarespuesta.

En cambio, la letra I sustituyendo cada vocal de esas cuatro palabras connotan a dos posibles memes previos que se viralizaron de tal manera que, el analizado por nosotros, no necesitó ni de la imagen del niño asiático¹ ni del actor que hace de nene malcriado² en la serie Tres por Tres (Full House) para que reconozcamos ese código compartido, entendiéndose así la direccionalidad y entendimiento del meme en cuestión.

1 Ver anexo imagen n° 6.

2 Ver anexo imagen n° 7.

Estos memes corresponden a dos películas que, si no viste alguna (o ninguna), te sugerimos que lo hagas: son clásicos muy buenos y quisieras tener cualquiera de esos poderes. Matilda (1997) y Harry Potter y la Orden del Fénix (2007)¹ y estas capturas específicas demuestran que en las películas y en los pañuelos hay buenos y malos.



Twitter: 14 de Julio, 15:37hs. 3512 retwitt, 13480 me gusta. @Fer__Stl;

5.1.D. Buenos y malos



Twitter: 11 de julio, 13:51hs. 1121 retwitt, 4366 me gusta. @sylha_

Vamos primero a lo que observamos a simple vista. En este segundo meme vemos a la nueva directora del Colegio Hogwarts, Dolores Umbridge y a la profesora Minerva McGonagall, con los pañuelos celeste y verde, respectivamente. En el otro, Matilda tiene en su cuello un pañuelo verde mientras que sus padres, Harry y Zinnia Wormwood, sostienen uno celeste cada uno.

Ya explicamos qué sentidos denotan las imágenes pero ¿Qué connotan? Quienes ostentan los pañuelos verdes son quienes tienen el apoyo popular y son buenas personas. Quienes tienen el celeste, no: son personajes malos, que vienen a romper la “tranquilidad” de la cotidianidad y accionan para que el castigo sea permanente. La articulación de los personajes y sus actitudes ante un/a otro/a, se corresponde con el posicionamiento de quienes entienden y prosumen este meme.

Vamos por parte: Matilda es una niña incomprendida por sus padres; ella busca romper con lo establecido en su hogar: va a la biblioteca, quiere aprender más e ir más allá en los conocimientos, repreguntándose sobre los negocios (ilegales) de su padre. Tanto él como su madre, ejercen cierta violencia psicológica y verbal para con ella, no la comprenden ni tampoco buscan hacerlo: que Matilda sepa más que ellos, hace que los gritos y discusiones sean la cotidianidad familiar.

¹ Harry Potter es una saga de nueve películas (ocho partes) sobre las aventuras de un joven aprendiz que va a un colegio, de magia y hechicería. La historia transcurre entre un universo fantástico, y otro plano del mismo mundo donde están las personas sin magia.

En la quinta película de la saga Harry Potter hay cambios: Dolores Umbridge es la reemplazante de Albus Dumbledore en la dirección del Colegio. Estricta, con personalidad individualista, autoritaria / meritocrática, una mujer con hambre de poder y castigos pocos ortodoxos, se lleva todas las miradas negativas. Con una suerte de toque de queda estudiantil, es que Minerva McGonagall -la otra profesora que aparece en la imagen- decide empoderar y apoyar a los/as estudiantes ante los cambios bruscos en la vida académica, comprendiéndolos desde la sensibilidad y reconocimiento de los/as sujetos sociales afectados por la poca libertad de elección.

Se pone en juego el (re)conocimiento de estas historias cinematográficas, tratando de comprender el desencadenamiento del por qué los personajes tienen uno u otro pañuelo y los significados que ya conllevan cada posicionamiento en torno al aborto, la ley de Educación Sexual Integral (ESI) y las políticas públicas de género.

Estos memes se instituyen para que ciertos significados se pongan en juego, que sean mirados y, posteriormente, se compartan en las redes sociales: como en los otros memes que son parte de películas, es que estos tematizan específicamente para que no se retomen otras escenas, porque sería desfasarse de lo que, el meme en sí, deja de lado en su construcción subjetiva, mediática, contextual e instantánea.

¿Qué pañuelo le pondrías a Mafalda? ¿Y a Susanita? Nosotros, con este ejemplo, queremos ser también polisémicos porque implicamos, “subyacente a sus significantes, una ‘cadena flotante’ de significados, entre los cuales el lector puede elegir algunos e ignorar los otros” (Barthes, 1964, p. 6). Este mecanismo de buenos y malos personajes ficcionales se utiliza en muchos otros memes y temáticas para sentirse diferenciados con aquellos/as héroes / heroínas o villanos/as -en este caso- de nuestra infancia.

Es específico de estos dos memes que surgen de lo que en Twitter se llama “hilo”: tweet, comentarios y respuestas varias a partir de una consigna o de un mensaje lingüístico como “no hay dudas”. Atribuyéndole desde un primer momento la preponderancia de una utilización del conocimiento / experiencia (cinematográfica) para seguir agregando y prosumir memes de verdes héroes / buenos y celestes villanos / malos. Un juego de identificaciones desde una perspectiva dual que se tienen tanto en la ficción como en las discusiones de nuestra rutina cotidiana, en este caso, el debate por el aborto.

5.1.E. Aborto de madrugada



Twitter: 14 de julio, 03:02hs. 509 retwitt, 2933 me gusta. @chelologu.

Volvemos a retomar a Los Simpsons: vemos a Homero semidesnudo y a su lado a Marge, su esposa. El creador del meme agregó el pañuelo verde en el cuello del hombre y además el televisor -característico de la serie- con la imagen de la multitud feminista alrededor del Congreso mientras se debatía la ley IVE.

“Creo que quiero abortar” es una parodia a esa escena del cuarto episodio de la quinta temporada donde Homero le contesta a Marge: “creo que estoy ciego”, después de haberse pasado toda la noche comiendo queso, que al mismo tiempo se ironiza con que muchos/as habían pasado todo el día y madrugada viendo el debate por distintos canales de información, por ejemplo, el canal oficial de la Cámara de Diputados.

Es así que se viralizó por los significados y connotaciones no solo por la serie animada y esa escena particular sino también con todo lo vivido específicamente ese día: la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) estaba movilizada, muchas organizaciones de otras ciudades y provincias cercanas se trasladaron hasta ahí, pero gran cantidad de personas vieron la definición y la aprobación por canales de televisión, internet y, también, compartiendo en esa instantaneidad, este meme y otros tantos.

Esta imagen tiene la particularidad que está acompañada de un mensaje lingüístico que es un tweet autorreferenciado: “Marcelo estas desde las 11 de la mañana viendo la sesión de Diputados?” que expresará, junto con la imagen photoshopeada, a un significado suplementario: de quienes tienen presente en su cotidianidad a Los Simpsons, un lenguaje corriente de/en ese universo cultural y animado.

Pero esto no quiere decir que no haya un sentido de pertenencia y de identidad con ese mensaje: miles y miles de personas estaban en esa misma situación, en sintonía y en una articulación de cansancio, de relajación por estar en (tu) ambiente cómodo y el nerviosismo mismo de una votación tan cerrada y cargada de transversalismo político partidario e ideológico.

Podemos nombrar pocas, como la ley de Matrimonio Igualitario en 2010 y la fallida resolución 125 de retenciones al campo en 2008, que también se terminaron votando de madrugada: los/as argentinos/as de por sí no somos de mirar el funcionamiento y las aprobaciones en el Poder Legislativo pero estas ocasiones son las que nos acercan; y con la propagación de los canales gubernamentales de comunicación, se hizo mucho más fácil el seguimiento segundo a segundo de lo que ocurría, interpeándonos aún más con los discursos que nos representaban, impensado hace diez años donde solo se veía a través de la televisión abierta y donde el uso de las nuevas tecnologías era restringido (en el sentido de acceso).

Las redes sociales también fueron el propulsor de frases y acciones que mostraban lo transversalmente partidario que estaba la marea verde: “Ninguno de nosotros es el mismo, todos hemos atravesado un proceso de aprendizaje profundo y pase lo que pase en unos minutos, no hay vuelta atrás”, concluyó la diputada Silvia Lospenato (PRO - Buenos Aires)

En un momento de la noche, diputadas de distintos distritos y colores políticos -FIT¹, FPV², PRO, UCR³, Movimiento Evita- salieron del Palacio para mezclarse con la multitud verde, brazo con brazo: entre ellas Lucila de Ponti (Santa Fe), Romina del Pla (Buenos Aires), Olga Rista (Córdoba), Mayra Mendoza (Buenos Aires), entre otras y, además, quien fue el presidente de la comisión que logró que tenga VALOR parlamentario -y único varón en esa caminata entre todas representantes legislativas-, Daniel Lipovetzky (Buenos Aires). La euforia y la congregación -a pesar del frío- les dificultó la vuelta al Congreso, entre vallas, glitter, banderas y seguridad.

El meme fue publicado a las 3 de la madrugada: habían pasado ya 16 horas de debate en la Cámara Baja con frases polémicas -por no decir fuera de lugar y/o desubicadas- como la comparación de las mujeres embarazadas con perros, de la diputada Regidor Belledone (UCR - Corrientes), la proliferación de “tráfico de cerebros e hígados de los fetos” de Bianchi (Unidad Justicialista - San Luis) ó “el aborto es un paso más para eliminar a los pobres” de la diputada Muñoz (Chubut para Todos - Chubut).

Luego de escuchar estas exacerbaciones es que el humor tomó protagonismo en las redes sociales, primeramente para que la indignación no sea tan fuerte, y luego porque verdaderamente ya se sabía que el debate iba a ser largo y tendido: el meme era representativo de lo que ocurría, también, en muchas casas del país y del continente.

1 Frente de Izquierda y de los Trabajadores.
2 Frente para la Victoria.
3 Unión Cívica Radical.

5.1.F. Bonus Track: Salvemos las dos cifras

El 30 de agosto EAMEO publica una foto -característica de la página que hace retoques pequeños imponiendo grandes cambios y significaciones- donde articula el posicionamiento que finalmente se impuso en el Senado de la Nación, es decir, contraria a la legalización y despenalización del aborto, y la corrida cambiaria que llegaba a niveles realmente altos a comparación de días y meses anteriores (Más adelante explicaremos con datos más específicos).

La imagen en sí es el logo que los referentes y organizaciones celestes se encargaron de difundir e identificar(se) en su colectivo como también ante otros actores sociales. Pero fue justamente con esta misma estética que la Campaña Nacional por el Aborto Legal, Seguro y Gratuito lanza “Salvemos a las pibas” en color verde, en referencia a una ampliación de derechos de las mujeres y cuerpos gestantes. Una disputa de poder, legitimación y construcción de identidad y estética en relación con un otro (movimiento) con una posición totalmente contraria.



Facebook: 30 de Agosto. 4857 compartidos, 16000 me gusta. EAMEO.

En relación a la economía nacional, es que se connota a la devaluación del peso con el dólar, retomando los significados construidos en torno a que podría empeorar la situación financiera del país y las economías de las familias en tanto siga subiendo la divisa estadounidense y, por ende, esto se traspase a los precios de todos los productos. Salvemos las dos cifras resignifica para que, como ocurrió en el Senado, los gobernantes realicen acciones para salvaguardar los derechos de “todos”. Finalmente las dos vidas no se salvaron porque las mujeres siguieron (y siguen) muriendo en la clandestinidad de las prácticas de un aborto y el dólar continuó en alza ocasionando inflación y una reducción del consumo interno y, por ende, una contracción del mercado.

Con este meme particularmente demostramos cómo las dos temáticas que investigamos fueron interpelando casi al mismo tiempo a grandes porciones de la sociedad, logrando así problematizar -en simultáneo- desde una actitud memética.

5.2. FMI

El 8 de mayo del 2018, el presidente Mauricio Macri, grabó un video oficial¹ con una duración de 2 minutos y 47 segundos desde la Casa Rosada donde sentenció: “he decidido iniciar conversaciones con el Fondo Monetario Internacional (FMI) para que nos otorgue líneas de apoyo financiero”. Argentina volvía una vez más al organismo y, esta vez, con el préstamo más grande de su historia.

Con este anuncio del Presidente, se viralizó la temática en todas las redes sociales ya que significó (y significa) retomar acuerdos con uno de los principales responsables de la crisis del 2001, uno de los capítulos más terribles de nuestra historia a nivel socioeconómico.

La relación entre la Argentina y el FMI inició en 1956 con el Gobierno de Facto del General Aramburu donde se incorporó a la entidad y se pidió el primer préstamo automáticamente. La vinculación del Fondo con las dictaduras militares fue una modalidad que se repitió, haciendo hincapié en el ámbito económico, con el objetivo de desarmar el estado intervencionista que existía desde la época del peronismo.

La etapa neoliberal, que sufrimos entre 1989 y 2001, estuvo fuertemente apoyada por miles de millones de dólares desembolsados por el FMI, incentivando políticas económicas que derivaron en exigencias de recorte fiscal y políticas de ajuste social. Éstas llevaron a un estallido social, con un 52% de pobreza y un nivel de endeudamiento del 148% del Producto Bruto Interno (PBI) Nacional. Estas cifras record derivaron en la salida del presidente Fernando de la Rúa y a un inestabilidad institucional, donde Argentina se había vuelto un país ingobernable.

En 2003, Néstor Kirchner fue electo Presidente y llevó a cabo uno de los procesos de desendeudamiento más importantes de la historia: es así que en 2006 pagó por adelantado la deuda que el país tenía con el FMI, liberando de ataduras y de exigencias contra el pueblo.

En 2015, la alianza Cambiemos ganó las elecciones y comenzó un gobierno de tinte neoliberal generando un nuevo proceso de endeudamiento, donde la emisión de bonos y la toma de préstamos se volvió moneda corriente, como también la fuga de capitales extranjeros: el programa económico, específicamente en 2018, fue altamente inestable; tan así que la corrida cambiaria llevó a una devaluación del peso en relación al dólar: de \$20 en mayo a un techo de \$42 a mediados de septiembre.

La provocación de la inestabilidad cambiaria ocasionó que la divisa norteamericana aumentara más del 100% en 4 meses y medio, generando una crisis económica y una gran escalada de la inflación que golpeó a toda la sociedad: sorpresivamente, el presidente Mauricio Macri anunció un próximo acuerdo con el FMI. Esto catapultó a que los/as usuarios/as de las redes sociales prestaran toda su atención a través de burlas, quejas, justificaciones y muchos miedos por volver a un lugar que nos recuerda a un momento deplorable de nuestra historia.

¹ El discurso completo se puede encontrar en anexo.

Todo el arco político opositor criticó esta medida: desde los sectores del progresismo y la izquierda consideraron como un retroceso desde lo político, por permitir la injerencia del FMI en las decisiones políticas nacionales, y por ende, en una pérdida de soberanía.

Las respuestas de las redes sociales fueron inmediatas y estuvieron, en su mayoría, en sintonía a esta postura, entendiendo que sigue siendo un acto negativo que derivó (y deriva) en problemas estructurales en el país. Observando los casos actuales de Grecia y Portugal en su relación con el Fondo, podemos ver que las recetas económicas siguieron siendo las mismas y las consecuencias similares en términos sociales, generando más exclusión, desempleo y pobreza para afrontar la situación de crisis.

Luego de modificaciones en el acuerdo, el FMI le concede el mayor préstamo de su historia a la Argentina: 57 mil millones de dólares. Aun así, y con todas las facilidades por parte de la entidad financiera, la volatilidad cambiaria argentina no se pudo contener. También existieron cambios en cargos jerárquicos importantes, implicados directamente en la negociación: en el Ministerio de Economía (y Finanzas) y en tres meses pasaron tres presidentes distintos en el Banco Central.

El préstamo del Fondo Monetario Internacional a la Argentina fue uno de los hechos que más impactó en el ambiente político / público y en los medios de comunicación. Por eso, el mismo Presidente intentó justificar la decisión con frases como “el Fondo no es ni bueno ni malo” ó “espero que todo el país termine enamorado de Christine [Lagarde, Presidenta del FMI]”, mientras recibía un premio en Estados Unidos. Otros actores del Gobierno, como el ministro de Economía (en ese momento Ministro de Hacienda) Nicolás Dujovne, mencionaba que es “un fondo que ha cambiado muchísimo, no es lo mismo hoy que el de 20 años atrás”.

5.2.A. De malo a bueno



Ariel Cristófalo
@acristofalo

Seguir

Aquí estaba el problema del FMI: estuvo durante 74 años con el interruptor en malo.



13:52 - 8 may, 2018

587 Retweets 2.202 Me gusta



Twitter: 8 de Mayo, 13:52hs. 587 retwitt, 2202 me gusta. @acristofalo

Con este meme que fue creado en Twitter, comenzamos nuestro análisis sobre la temática, remitiendo a la frase del Presidente mencionada anteriormente (“El fondo no es ni bueno ni malo”). En este caso, frente a otra imagen de la serie Los Simpsons, esta vez de la temporada 4, el capítulo es “La Casita del Terror 3”, donde el muñeco del payaso Krusty (de espalda) intenta asesinar a la familia. Éstos llaman al servicio técnico, y se les dice que es un problema con el interruptor, abre su camisa y a partir de cambiarlo se vuelve bueno.

Frente a las discusiones sobre la vuelta del FMI a nuestro país, desde el gobierno no podían negar las malas experiencias de la entidad cada vez que se entrometió en la política nacional, sobre todo después de la crisis del 2001, donde fue factor determinante en ese desastre. Por eso la estrategia de muchos voceros de Cambiemos, con Macri y el ministro de Hacienda Dujovne a la cabeza, fue presentar la idea de que el FMI había cambiado y que ya no era el mismo que había destruido nuestra economía: sino que ahora era moderno y que esta vez sí, nos iba a ayudar a tener un crecimiento sostenido; era bueno.

En este meme podemos observar cómo los elementos connotados que aparecen son, por un lado, un juego de palabras, burlándose de la idea de que una entidad internacional con intereses propios puede cambiar de bueno a malo. Esta ridiculización se da por las políticas que ha ejercido el Fondo y porque sus recetas económicas son similares desde que fue creado en 1946, con una perspectiva heterodoxa desde los diagnósticos hasta las soluciones económicas.

En primer lugar, la burla se centra desde qué lugar el gobierno intentó instalar la discusión sobre el Fondo, proponiéndolo como algo moderno que ahora sí nos ayudaría a mejorar nuestra situación como país. Querer ver el endeudamiento masivo en plena crisis como algo positivo es algo que ningún equipo de marketing político podrá lograr, aunque el gobierno lo haya intentado en un principio.

Dentro del mensaje lingüístico respeta el principio del diálogo original de la serie donde el hombre dice “aquí está el problema, alguien puso el interruptor en malo”. Allí aparece la ironía como herramienta, para relacionar la foto y la frase, con la temática del FMI y que pueda relacionarse con los sentidos que venimos desarrollando. El contenido de la frase que aparece da a entender que siempre el Fondo fue malo, porque 74 años es toda su historia y porque, en definitiva, es una entidad con intereses más cercanos a favorecer a los mercados financieros que a los de las mayorías populares. El sentido del gobierno fue desviar la discusión: no existe tal distinción entre bueno o malo, no hay tal respuesta.

5.2.B. Llegó la hoz



Facebook: 8 de Mayo. 7099 compartidos , 14000 me gusta. EAMEO

Este meme fue creado por EAMEO, página de Facebook que ya hemos mencionado anteriormente, en donde apela a las imágenes modificadas como modalidad predilecta. Claro que, al ser solo imágenes sin palabras, muchas veces cuestan visualizar los sentidos, sobre todo, porque apela a la instantaneidad de las temáticas.

En los elementos denotados se puede ver la figura de Christine Lagarde, presidenta del FMI, delante de un banner con las banderas de todos los países que componen a la entidad financiera. Esa imagen está acompañada por una sombra como si fuera un espectro, cargando una hoz, que ilustra a la muerte.

Hubo mucho tratamiento mediático sobre la máxima autoridad del Fondo, donde se discutió el protagonismo y la cercanía que ella se propuso mostrándose varias veces con Macri como una forma de apoyo a sus políticas. Su rol protagónico demostró la importancia que tiene para el FMI la misión en la Argentina, sabiendo que el préstamo dado no tiene antecedentes e cuanto a la cifra.

Los elementos connotados que podemos relacionar son, en primer lugar, la comparación de Lagarde y la sombra de la muerte y una línea política crítica sobre su persona y lo que ella representa. La figura de la muerte no es tanto por Christine, sino más por el espacio y/o cargo que ocupa. En nuestro país, no hubo una campaña de desprestigio específica sobre la Presidenta, sino que su figura fue tomada como negativa por toda la carga que connota el FMI. Esa personificación en las negociaciones y en los medios de comunicación produjo que sean sinónimos mostrar su figura o la del Fondo.

La aparición de la muerte en este meme, representa -valga la redundancia- la muerte o el final de nuestro país con el desembarco de la entidad financiera nuevamente. En esta imagen, la sombra muestra todo lo negativo que existe atrás de este nuevo acuerdo, enmarcado en los comentarios de los sectores críticos a las políticas del gobierno.

5.2.C. Vendo todo me voy a la mierda



Facebook: 4 de Mayo. 2701 compartidos, 8588 me gusta. EAMEO

A principios de mayo fue publicado este meme en la página EAMEO (Facebook) en plena crisis cambiaria donde el Banco Central de la República Argentina (BCRA) no podía contener la escalada que estaba teniendo el precio del dólar.

Esta imagen fue publicada previo al anuncio de Macri sobre las negociaciones con el FMI, pero el hecho de la corrida cambiaria terminó siendo el detonante que llevó al gobierno a tomar esa decisión. La inestabilidad económica era total, sin posibilidad de acceder a endeudamiento por emisión de bonos internacionales, entonces Cambiemos se encontró sin barreras que protegieran financieramente al país y sin reservas en el Banco Central. El creciente pedido de comprar dólares, fue ocasionado por capitales extranjeros que habían invertido en el sistema financiero aprovechando las amplios intereses que proponen las LEBACS (Letras del Banco Central). Esto derivó en una fuga de capitales en una semana que provocó una fuerte devaluación del peso¹, donde el ente autárquico presidido en ese entonces por Federico Sturzenegger no dio ninguna respuesta ante el problema.

En ese contexto todas las miradas apuntaban al gobierno y a la falta de decisión del Banco Central, y los memes, por supuesto, acompañaron esto con su cuota de humor e ironía. Desde el carácter denotado se puede observar la fachada del Banco con normalidad pero con el agregado de un pizarrón. Aunque es mucho más productivo si a éste lo analizamos desde lo connotado, ya que dice “vendo todo me voy a la mierda”.

En plena crisis cambiaria, este cartel en la puerta hacía referencia a la venta indiscriminada de reservas en dólares que poseía el Banco Central, realizando transacciones hasta 10 veces más la cantidad de divisas estadounidenses que lo normal por día.

La inflación acompañaba la devaluación y, por ende, impactaba en la economía de todos/as los/as argentinos/as. El descalabro financiero hizo que el presidente del Banco Central y el mismo gobierno nacional tambalee sin ningún tipo de respuestas, solo presentando excusas como el contexto internacional desfavorable. La única medida fue pedir rápidamente un préstamo al FMI.

El mensaje lingüístico en este meme es clave porque, a través de lo que está escrito en el pizarrón, uno puede enmarcar el sentido al que se hace referencia. Remite a la crisis del 2001, donde se hacían liquidaciones totales en comercios o ventas en casas particulares, sobre todo en casos de familias enteras que se deshacían de todos sus bienes porque decidían viajar al exterior y empezar una vida nueva, lejos de las inestabilidades que presentaba nuestro país.

Claramente este meme retoma a la crisis y pudo haber funcionado como una premonición de lo que días después se terminó confirmando: una nueva incursión del FMI en la política económica nacional.

¹ La cotización del dólar pasó de \$21,50 a principios del mes de mayo (hasta el día 5) en una escalada que llegó a un techo de \$42,50 el 30 de Agosto. Esta devaluación del 100% de nuestra moneda en apenas 4 meses, destruyó el poder adquisitivo de los/as argentinos/as, y espiralizó en un proceso inflacionario que llegó al 55% interanual de mayo, según el INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de la República Argentina)

5.2.D. Promesas de revolución



Facebook: 29 de Agosto. 2326 compartidos, 1958 me gusta. Simpsons y Macri

Este meme proviene de una página de Facebook que se llama “Simpsons y Macri” donde justamente todos los memes que producen son una articulación de las actualidades políticas del Presidente representadas con partes de la serie animada de Fox. En todo el año 2018, esta página se mantuvo muy activa frente a las acciones de Macri, sus discursos y sobre todo, a las inestabilidades del país, como lo fue la corrida cambiaria.

El capítulo corresponde al número doce (12) de la temporada once (11). A primera vista, en la imagen se puede reconocer la cara de Macri pegada en el cuerpo de un personaje recurrente de Los Simpsons señalando un espacio y, en la luz, se divisa la cara de quien aparece en el billete de U\$S 100.

En los elementos connotados aparecen dos temáticas que son necesarias comprenderlas para descifrar los sentidos a los que apela la imagen. Por un lado, el capítulo de Los Simpson de donde se recorta esa imagen es una escena donde Lenny (el personaje que tiene la cara de Macri) señala con la mano un punto y dice “cuando el sol llegue aquí podremos volver a beber”.

La imagen tuvo modificaciones en la ya nombrada cara del presidente y, además que, en la luz aparece el rostro de Benjamin Franklin, mismo que aparece en el billete de U\$S 100 (dólares). El lugar que señala el personaje tiene la inscripción de “dólar a 50”. Con la misma base de la frase original aparece un mensaje lingüístico que apela a las continuas promesas futuras del gobierno de Cambiemos: el chiste está orientado en ironizar sobre las campañas comunicativas que siempre presentó este espacio político, la promesa sobre un futuro próspero.

Durante el año 2015 en plena campaña política previa a las elecciones generales y el *ballotage*, Macri llevaba como una de sus frases cliché que iba a hacer “la revolución de la alegría”, mientras sonaba música de fiestas, en medio del color amarillo característico del PRO, dando un aspecto moderno y de cierta frescura en la política, proponiéndose como una alianza (con la Unión Cívica Radical y la Coalición Cívica) que venía a renovar el país.

Claramente esta revolución nunca llegó, de hecho todo lo contrario: los problemas cada vez empezaron a ser más para el pueblo, por la cantidad de aumentos de los bienes y servicios. Pero aunque la campaña había terminado, Cambiemos siguió apelando a las promesas de un futuro mejor como estrategia desde lo sentimental hacia / de sus votantes, porque la realidad mostraba otra cosa. De ahí se inmortalizaron frases de Macri como “veníamos bien, pero pasaron cosas” o la conocida analogía de la vicepresidenta Gabriela Michetti, sobre la luz al final del túnel oscuro que iba a llegar en el segundo semestre del 2016. Por eso, el sarcasmo es el recurso literario que aparece en este texto, parafraseando el futuro ideal que promete el gobierno, frente a los problemas cotidianos que ocasiona.

Enmarcado en la segunda corrida cambiaria, a finales de agosto que llevó el dólar a \$42, se hicieron muchos chistes de hasta dónde sería capaz de escalar la divisa extranjera. La inestabilidad económica, sumado al acuerdo con el FMI, propició que se centralice la temática en el precio del dólar, reconocimiento del gran impacto que tiene en los bolsillos de todos/as.

Por último, queremos dejar sentado que nos parecía particular las características que presentaba este meme para poder analizarlo, pero que no estamos de acuerdo con la frase final donde utiliza la palabra “globertos”, apelando a una articulación de la utilización de globos durante todos los actos de campaña de la gestión de Cambiemos. Esta analogía funciona como una descalificación a personas que comparten otro espacio político: no la compartimos y no creemos que sea una buena manera de hacer humor, ni tampoco política.

5.2.E. Con un sello



Twitter: 8 de mayo, 13:18hs. 691 retwitt, 2242 me gusta. @tachero_k

Siguiendo con memes relacionados con Los Simpsons y volviendo a Twitter y su dinámica, podemos ver cómo esta imagen no sufre ninguna alteración. Es que el chiste se produce en el mensaje lingüístico que tiene una leve modificación del diálogo original de la serie.

Desde la imagen se puede percibir a primera vista cómo Homer le está hablando a Marge, su esposa. En el capítulo 22 de la temporada 9, el padre de familia es el secretario de residuos de la Alcaldía y toma una deuda impagable con los trabajadores, fundiendo la Secretaría en muy poco tiempo y, cortando así, el servicio de la recolección de basura. Marge le pregunta cómo pudo gastar cuatro millones de dólares en un mes y él le responde: “me dejaron firmar cheques con un sello, Marge, con un sello”.

Desde la imagen uno puede percibir a primera vista cómo Homer le está hablando a Marge, su esposa. En el capítulo 22 de la temporada 9 Homer es el Secretario de residuos de la Alcaldía y toma una deuda impagable con los trabajadores, fundiendo la secretaria en muy poco tiempo, y cortando así el servicio de la recolección de basura. Marge le pregunta cómo pudo gastar cuatro millones de dólares en un mes y él le responde “me dejaron firmar cheques con un sello, Marge, con un sello”.

Este meme fue publicado el mismo 8 de mayo a las 13:18 hs, apenas 15 minutos después de que Macri anunció la vuelta de Argentina al Fondo. El pueblo argentino pudo ver después el endeudamiento feroz en tres años de la gestión Cambiemos: se triplicó la deuda externa.

Esta particularidad de la imagen sin ser alterada y que al texto solo se le cambiaron dos palabras, habla del peso de la instantaneidad en nuestro objeto de estudio. En ningún momento se menciona a Macri (o ningún político), ni ningún detalle del gobierno. Si ese meme hubiera sido publicado en otro momento, quizá, hubiera connotado otro tipo de elementos, pero en el momento exacto en el que apareció en las redes se comprendió que hacía alusión al Presidente porque todos/as estaban hablando de eso, siendo TT (*Trending Topic*) en Twitter y apareciendo en la gran mayoría de los medios de comunicación.

En este caso, el mensaje lingüístico funciona como una tenaza para hacer y enmarcar el chiste. Aunque alguien que pudo haber leído solo el mensaje podría comprender los sentidos que está apelando, viendo que la frase sólo sufre una pequeña modificación. La imagen acompaña la centralidad de la palabra, en contraposición a los otros memes que venimos analizando.

Los elementos representados en este meme son la comparación entre el endeudamiento del capítulo de Los Simpson y del gobierno de Macri; y la facilidad con que al gobierno nacional se le permitieron líneas de créditos de gran tamaño, opciones con que gobiernos anteriores no contaron.

5.2.F. Deseando a Cavallo



Facebook: 11 de mayo. 1873 compartidos, 9140 me gusta. EAMEO

El último meme para analizar de este capítulo tiene una historia y un sentido particular dentro de la temática que estamos trabajando. Por eso, existe previamente la explicación del “pre” meme, que es la imagen viral, teniendo miles de réplicas en todo tipo de temas y contextos.

La historia del memese dio a conocer también¹, ya que fue una foto construída para una campaña sobre infidelidad, y sobre cómo los hombres acosan a las mujeres en la vía pública de manera exagerada, aunque estén acompañados por otras mujeres.

La viralización de este meme sirvió como una metáfora en cantidades de temas, representando la mujer que va de la mano como si fueran los compromisos que uno tiene y la mujer de vestido rojo como aquello que se desea.

En la temática de este capítulo, vemos cómo es adaptada la imagen con la cara del ex ministro de Economía Domingo Cavallo. Este nefasto personaje de la historia, estuvo asociado a la época neoliberal de los 90, con una relación ideológica compartida con el FMI, situación que derivó en la crisis del 2001.

En medio de los problemas económicos que atravesó nuestro país en el año 2018, increíblemente este personaje volvió al espacio público en distintos programas de televisión a opinar y dar consejos sobre la situación que se vivía, dando su apoyo al presidente Macri.

En este meme se puede apreciar en sus sentidos connotados cómo se manifiesta la metáfora antes explicada: Macri de la mano con el ministro de Economía Dujovne pero deseando a Cavallo.

Aunque esta metáfora funcione como un chiste y Cavallo nunca tuvo chances reales de transformarse nuevamente en Ministro de Economía, su figura remite al neoliberalismo y la decadencia de/en nuestro país. Por ende, esta imagen entendida desde esos aspectos ideológicos es que existe cierto deseo del Presidente con la figura de Cavallo.

Otra arista que representa esta imagen es que el ex Ministro de Economía fue el creador del plan de convertibilidad, donde el precio del dólar y el peso estuvieron atados, más conocidos como el 1 a 1, política que duró 10 años. Frente a las corridas cambiarias, el crecimiento de la inflación y la incapacidad de poder estabilizar el precio del dólar, desde algunos sectores ortodoxos de la economía, volvieron a mencionar este plan de anclaje. Omitiendo los detalles de que esta política de dolarización generó la destrucción de la industria nacional (por la incapacidad de competir con precios extranjeros), y que además estuvo acompañado de la privatización de empresas públicas y endeudamiento externo concedido por el propio FMI, quien elogió estas políticas.

Aunque sea ridículo pensar un sistema de dolarización o convertibilidad como los que ya habían fracasado, en su momento se volvió a discutir en espacios de los medios tradicionales.

1 Ver anexo imagen n° 8. La historia detras del meme del novio distraído: es una foto de un barcelones. EL País. Disponible en: https://verne.elpais.com/verne/2017/08/28/articulo/1503909476_068551.html (Consultado el 11 de Agosto de 2019).

5.3. #MacriTips



Facebook: 20 de julio. 1582 compartidos, 1396 me gusta. Simpsons y Macri

En el marco de la ley anti tarifazos que se debatía en el Congreso de la Nación, el presidente Macri difundió un video donde se mostraba en contra de ésta, y les hablaba a los/as legisladores/as por la peligrosidad de su aprobación. Finalmente la ley fue vetada por el Poder Ejecutivo Nacional.

En este video, emitido el 28 de mayo junto al ministro de Producción, Francisco Cabrera, Macri se mostró preocupado por el excesivo consumo de energía, y a manera de consejo mencionó que se podían adoptar “hábitos muy sencillos en nuestras casas, muy sencillos que nos permitan consumir de forma más eficiente y así cuidar el bolsillo”.

Hablamos de tarifazos porque las economías familiares y de los comercios estaban en jaque ante los aumentos exorbitantes de los servicios públicos, de los productos básicos que aparecen en la canasta familiar y, por ende, de la escalada inflacionaria que éste provocó. En tres años de gobierno de la alianza Cambiemos la electricidad y el gas aumentaron más del 1000%, el agua un 400% y el transporte público (colectivos, trenes, subtes) subió un mínimo de 200%¹. El sueldo no aumentó en esas proporciones, entonces el duro golpe era sobre el poder adquisitivo de las personas, aunque también en los sectores productivos como de los comercios y/o PyMEs.

“Si cambiamos nuestras lámparas de bajo consumo por lámparas led, las lámparas led consumen un 80% menos de energía y duran 15 veces más que las comunes”, dijo el Presidente en ese mismo spot. Como vimos en el tema anterior, con el anuncio sobre el FMI, la bronca se transformó en humor en las redes sociales. El mismo Presidente fue quien había generado este proceso desmedido de dolarización de los precios de las tarifas, acompañado de la caída del poder adquisitivo de salarios, y era ahora él quien daba consejos de cómo sobrellevar esta delicada situación.

Este tip para ahorrar dio el puntapié a la viralización de distintos ejemplos exagerados donde la figura de Macri daba diferentes consejos para hacerle frente a esta etapa de ajuste económico. A las horas de haberse hecho público el video, #Macritips era tendencia / *Trending Topic* ; las cuentas tanto de Facebook como de Twitter se llenaron de burlas y consejos para afrontar la crisis argentina.

El furor fue tal, que generaron risas en propios y ajenos. La ridiculización de estos tips trascendieron las comunidades virtuales, siendo los medios de comunicación tradicionales quienes replicaron los mejores memes o los que más repercusión habían tenido. Además, el mismo Presidente -dos semanas después del momento donde se generó este fenómeno-, reconoció: “...me parece muy bueno memes que hacen ahí de los ahorros que yo recomiendo, son muy bienvenidas si eso sirve para concientizar a la población”².

¹ Tarifazos: en solo dos años con Macri, los servicios aumentaron hasta 1.600%, La Izquierda Diario (Argentina), disponible en: <https://www.laizquierdadiario.com/Tarifazos-sube-el-transporte-y-los-servicios-aumentaron-hasta-1-600-con-Macri> (consultado el 19 de julio de 2019).

² Macri, memes y mucho, mucho más: los MacriTips desembarcaron en la rosada. Todo Noticias. Disponible en: <https://www.facebook.com/watch/?v=10157474753599863> (Consultado el 11 de Agosto del 2019).

Muchas de las frases que fueron dichas por funcionarios/as de Cambiemos terminan en ridiculización y/o en memes que se viralizan en las redes sociales; el Presidente no fue la excepción y hasta tuvo su propio hashtag en Twitter: #MacriTips.

5.3.A. Su cara lo dice todo



Twitter: 28 de mayo, 13:36hs. 1896 retwitt, 3963 me gusta. @saccarias

La masividad que tomó el fenómeno #MacriTips inundó las redes sociales, con la imagen del Presidente, que arriba aparece. El anuncio de Macri y su increíble consejo para la población hizo que todos/as comenzaran a construir sus propios consejos para ahorrar, que claramente llegaban a lo absurdo.

En las cuentas de cualquier red social, la imagen fue siempre la misma. Únicamente la cara del presidente con una expresión de pedir “por favor”, con las manos delante, palma con palma haciendo extensivo este pedido. Esa actuación de gestos, muecas y manos, se hicieron virales.

Comprendiendo el contexto en el que emitió el video, Macri le pidió a la gente que ahorre como solución desesperada frente al proyecto de reducción del precio de las tarifas de servicios básicos como el agua, la luz o el gas, que estaba por aprobarse en el Congreso. Este fue un hecho que unió a todo el arco opositor por primera vez desde que Cambiemos es gobierno. Por ende, la preocupación del Presidente ante esta situación, generó una gran repercusión y debilidad de su figura, ya que había quedado como único responsable de los tarifazos.

Frente a los casos de aumento desmedido de los servicios básicos y de productos sensibles para las economías familiares, como los alimentos, el consejo de Macri de cambiar a lámparas led pareció absurdo, sabiendo que había gente que no estaba pudiendo comprar comida o estaba quedando en situación de pobreza.

5.3.B. Se juega el mensaje

Comprendiendo que la imagen no varía y que en este caso presenta ciertas características ya mencionadas que no aportan más al análisis, es que nos concentramos en cómo el mensaje fue quien le dio dinamismo y fuerza al fenómeno de #Macri-tips.

Los chistes fueron cientos o miles, nadie podría calcular cuánta cantidad de versiones tiene y seguirán teniendo. El #MacriTips es algo que, aun mientras producimos este trabajo, sigue replicándose en el sentido común, en las conversaciones cotidianas, aunque claramente con menos fuerza que en las dos primeras semanas después del anuncio del Presidente.

Los chistes aparecían dentro de la foto que circulaban por Facebook o en Twitter solamente la imagen con un texto por fuera, como vimos en las dinámicas anteriores de esta red social, acompañado por el *hashtag*.

Para ver cómo eran modificados estos chistes se utilizaron distintos recursos literarios, como el caso de la ironía, uno de los que aparece en la mayoría de los memes. Otro es la hipérbole, que es utilizado en los casos de exageración y aumento excesivo que llevan a lo ridículo del consejo. Otra figura retórica utilizada dentro de la cantidad de #MacriTips que circularon es la metáfora, que funciona para mencionar algo de otra manera. Ésta se relaciona con la analogía, como otra forma de cambiar palabras o frases que propongan nuevos sentidos desde el humor.

Un recurso que aparece en el primer meme presentado en este trabajo de #MacriTips es la comparación, que proviene de la canción Amigos de Enanitos verdes, como un clásico de la música nacional.

5.3.C. #MacriTips recargados



Con un charmander se podrá ahorrar hasta un 37% de gas #MacriTips



13:13 - 28 may. 2018

9.553 Retweets 20.807 Me gusta



Twitter: 28 de Mayo, 13:13hs. 9553 retwitt, 20807 me gusta. @saiyajindelsur

Siguiendo con los pedidos y sugerencias para el ahorro familiar por parte del Presidente, es que se vió ramificado no solo a su expresión que ya explicamos arduamente. Los prosumidores de las distintas redes sociales fueron más allá, remontándose específicamente a su infancia y/o adolescencia; así la serie japonesa Pokémon¹ se re-conceptualiza para un nuevo y distinto #MacriTips: Charmander, uno de los primeros y más conocidos pokemones de la saga, aprovecha su poder para calentar una pava.

La imagen en sí podría no significar nada pero quien twitteo agrega, ironizando los dichos de Macri, que se ahorra un 37% de gas: reinterpreta y reconstruyendo el discurso ahorrativo que en estos códigos se articularon con la serie y quienes se sintieron interpelados/as. Los aumentos desmedidos y la prácticamente aprobación en el Senado -en ese entonces- de la ley anti tarifazos conformaban una subjetividad identitaria de lo que (nos) ocurría en el cotidiano.

La crisis y la inflación hacían que la viralización de ejemplificación ironizada se comparta para mostrar a un Presidente debilitado y acorralado por la oposición, el pueblo y un apoyo internacional -de políticos/as y no de capitales inversores- que no resultaba tan imponente para mejorar la imagen positiva de todo Cambiemos, que caía a niveles directamente proporcional a la propagación de memes de la gestión.

Podemos realizar una comparación en el uso de imágenes de series, pero aún más importante es que -queremos recalcar- debe ser una de las pocas veces que se muestra al pókemon Chandarmer en una situación que no sea combate pero igualmente quienes prosumieron este meme connotaron la intencionalidad focalizada del *twittero*.

¹ Pokémon es una serie de dibujos animados de origen japonés que se emitió por primera vez en 1997; su éxito sigue aún en la actualidad, con nuevos capítulos. Además es una franquicia que ha creado videojuegos, comics, juegos de cartas, ropa, entre otros productos.

5.3.D. Bonus track final



Facebook: 29 de mayo. 1331 compartidos, 2157 me gusta.
No señor Simpson, no desquite su ira conmigo

Para concluir con el análisis de los memes seleccionados, vamos a utilizar este que nos permite observar tres características que, hasta ahora, no habíamos descripto arduamente.

Debido a eso proponemos no analizarlo en los términos que veníamos realizando. Por un lado, un meme se encuentra dentro de otro: vemos cómo en la parte superior hay un meme del #MacriTips y abajo está la imagen de Maggie, la bebé de Los Simpsons, articulando el mensaje lingüístico twitteado. Entonces vemos cómo un meme previo y difundido por un medio de comunicación tradicional, se le incorpora otra nueva imagen resignificando el previo y/o dándole más contenido e información, generando un nuevo meme para mayor repercusión.

Otra característica es que aparece el zócalo del canal de cable C5N en el meme de la parte superior. Esto sirve como un elemento simbólico que nos permite pensar cómo los medios tradicionales utilizan los fenómenos de las redes sociales para hablar en sus programación habitual. El *hashtag* en Twitter funciona como tematizador y cuando las tendencias son muy fuerte como fue el caso de #Macritips, los medios, por lo general, lo retoman, salvo que sea una decisión política no hablar de eso. Cuando decimos medios tradicionales no lo hacemos solamente por los soportes (radio, televisión y diarios) sino como lógicas comunicacionales, comprendiendo que muchas páginas web -de los mismos diarios impresos, canales de televisión o multimedios- no tienen autonomía y se replican las mismas noticias con los mismos formatos y estructuras.

El último punto que vamos a analizar, es que el #MacriTips de la parte superior no es la misma imagen que mostramos anteriormente. En este caso muestra al Presidente en otra foto que no es la misma que tuvo la máxima repercusión, pero este cambio no modifica el sentido que propone la dinámica de estos memes. Lo que podemos observar en esta característica es que lo importante es que aparezca Macri en la imagen, más allá de la posición, porque como ya lo hemos dicho, el chiste en este meme se posiciona sobre el mensaje lingüístico.

6. Conclusión

Se pueden articular temáticas a través del humor y, específicamente, del meme (tan popularizado en este último tiempo): muchos/as de nosotros/as hemos compartido alguno en alguna red social o plataforma de mensajería instantánea; algunos/as valientes, han creado.

Los memes respetan la sátira y parodia que proponen las historietas de los diarios, utilizando distintos recursos literarios y generando un sentido de interpelación por parte de los/as consumidores; pudiendo deconstruir las representaciones que aparecen, y además, ser parte del proceso de circulación, es decir, ser prosumidores. Allí, es donde presentan su principal diferencia con los modos tradicionales de formato que presentan los medios masivos de comunicación.

Muchos memes quedaron por fuera del análisis porque creímos correcto una diversificación en la teorización de los mismos: exponer distintas características dentro de los temas abordados nos permitió ahondar aún más en los mensajes lingüísticos, lo denotado y connotado.

La teorización de lo que ocurre en el país muchas veces se lleva a cabo pero muy pocas desde la arista del humor: al entender que el meme es un fenómeno y una práctica relativamente nueva, comprendemos que no haya tantas investigaciones, y menos aún, de temáticas que nos interpelaron desde lo social, político y económico. Un 2018 atravesado por acontecimientos ideológicos, políticos y socioculturales que desde la perspectiva lingüístico y comunicacional no debía pasar desapercibido.

Twitter y Facebook son grandes plataformas digitales y sociales utilizadas en su gran mayoría en su uso de ocio (TIC) pero también informándonos de la agenda mediática-inmediata, más que nada la red social de los 280 caracteres. Realizar esta investigación con una reconstrucción de memes con datos cualitativos, nos brindó una posición de los usos de las tecnologías como aprendizajes y conocimiento (TAC) y como empoderamiento y participación (TEP), en palabras de Dolors Reig (2013).

La comunicación, como construcción y producción social de sentidos, nos da grandes interpretaciones e interpelaciones de lo que nos ocurre cotidianamente: una construcción discursiva subjetiva, mediática e identitaria en temáticas centrales de lo que fue la habitualidad en el segundo cuatrimestre del 2018.

Es en este TIF que posicionamos a los/as sujetos como prosumidores analíticos, reflexivos y capaces de transformar y/o problematizar lo que ocurre en su contexto rutinario: los memes son resultados de la apropiación de la instantaneidad.

Los/as usuarios/as buscan una complicidad digital a través de estas imágenes modificadas: es a partir de esta grupalidad, donde se problematiza y se reconoce un rol activo desde la decodificación de los sentidos tan subjetivos.

Los memes son situacionales ya que la interpelación y la masificación es inmediata; esto se da en lapsos cortos porque es la misma agenda -y su velocidad- la que pondrá nuevos temas en las redes y plataformas sociales. Es así que, por ejemplo, a un año de relación -carnal- con el FMI se resignifican de distintas maneras esos memes, por todo lo vivido en los últimos 365 días -y contando- porque lo personal y lo colectivo es político.

Podemos observar en la viralización de memes, que existe una real articulación y equilibrio de texto e imagen, ya que no se puede pensar una sin la otra, por las particularidades que presentan cada una de ellas. Los sentidos no se pueden decodificar de manera separada sino en conjunto, porque las propiedades del humor y las representaciones a las que apelan son ubicadas tanto en el mensaje lingüístico como en los recortes de las imágenes o sus alteraciones.

En Twitter, los/as usuarios/as personifican sus propios chistes a partir de los temas, que por lo general son TT y se encuentran en pleno auge, agregándole un texto acorde a una imagen conocida o ya viralizada. Una inauguración de un evento deportivo, la aparición de políticos/as o una nueva película / serie dan lugar, como evento mediático, a que se reconozcan ciertos sentidos denotados y connotados.

El video de Macri, que habla sobre tarifas y da un posicionamiento en contra de la ley anti tarifazos, podría haberse quedado solo en eso: un mensaje del Presidente. Pero los/as usuarios/as de las redes sociales utilizaron ese contenido para multiplicarlo y satirizar sobre sus dichos durante dos - cuatro semanas, generando así una repercusión, aún mayor.

Recuperando el texto donde Martínez Rolán & Piñero Otero (2016) afirman la existencia de material con mayor potencial memético que otros, reconocemos a Mauricio Macri como un meme en sí mismo, no solo por ser Presidente, sino por su perfil como político. Construyó una relación con sus votantes a los/as que se dirige / les habla, con maneras particulares para hacerlo: los chistes futbolísticos reiterativos ante otros/as políticos/as del mundo, las constantes confusiones de palabras en plenos discursos o mismo su relación con aliados/as y funcionarios/as públicos/as en sus apariciones. A partir de fotografías "infraganti" es que muchas veces se realizan memes con la figura principal del Presidente, sobrepasando así las barreras de indignación y de enemistad con quien ha gobernado a espaldas del pueblo.

En ese sentido también es que se rompen las lógicas de circulación que proponen los medios tradicionales de comunicación, ya que el meme llega antes que la información misma. "¿Qué dijo ahora?", muchas veces es la pregunta, cuando vemos un meme pero todavía no nos hemos informado del hecho en sí.

Sabemos que al humor se lo utiliza como herramienta fundamental para convencer, argumentar y para reafirmar y resignificar las posiciones-políticas: quien lo prosume, entiende que existe un trasfondo ideológico que construye sentido, aunque la primera reacción sea la risa y mandarlo en un grupo de WhatsApp.

Los memes acercan a aquellas personas que, si no fuera por la gran viralización y mediatización de los temas abordados, no se hubiesen sentido parte de las discusiones políticas sobre los paradigmas que la sociedad argentina tiene sigue teniendo en disputa.

Las redes sociales generan -podríamos decir- empoderamiento de las personas a través de la prosumición y ha dado pie a una diversificación de canales, plataformas y discursos digitales mediáticos. No renegamos de eso, damos un impulso para una continuación de la apropiación de las tecnologías que tanto facilitan y, como también, agobian en el cotidiano.

La política deberá aprender a convivir con los memes ya que, cargados de sentidos, construyen distintas formas de significaciones y argumentaciones de temas cruciales: porque todo meme es político.

7. Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (1964). Retórica de la imagen (en la semiología). Recuperado de <https://bit.ly/2YPtur0> .
- Bitti, M. (2018). *Desplazamiento del sentido en las imágenes de la serie animada Los Simpson al ser convertidas en memes de Internet y difundidas a través de Facebook* (Tesis de grado). Universidad Nacional de Rosario, Rosario, Argentina.
- Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*.
- Flores, M. (2009). *La significación de la crítica en el humor político gráfico argentino* (Tesis de grado). Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.
- Foucault, M. (1975). Vigilar y castigar, nacimiento de la prisión. Recuperado en <https://bit.ly/2n1e5Ak> .
- Hall, S. (1980). Hall, S. (2001). Encoding / decoding. Culture, media and languages. [Codificar / decodificar. *Cultura, medios y lenguajes*]. Londres, Inglaterra: Hutchinson (Traducción por Silvia Delfino, S.F), 129-139.
- Instituto de Pensamiento Político de Chile (2015). “Entrevista completa a Chantal Mouffe”. Recuperado de <https://bit.ly/1Ng1XCV> .
- Jenkins, H. (2009). Fans, bloggers y videojuegos: La cultura de la colaboración. España: Paidós Ibérica.
- Martínez Rolán, X. & Piñero Otero, T. (2016). Los memes en el discurso de los partidos políticos en Twitter: análisis del Debate sobre el Estado de la Nación de 2015. *Communication & Society* 29 (1), 145-160.
- Martínez Rolán, X., & Piñero Otero, T. (2017). El uso de los memes en la conversación política 2.0 una aproximación a una movilización efímera. *Prisma Social*, (18), 55-84.
- McLuhan, M & Fiore, Q (1968). *La guerra y la paz en la aldea global*. Buenos Aires, Argentina: La Marca Editora.
- Paneque Folch, M. (2018). *Nueva derecha americana y redes sociales. Análisis descriptivo*. Sevilla, España. Universidad de Sevilla.
- Racioppe, B. (2012). *Liberar, compartir, derivar* (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.
- Rastelli, C. & Sosa, A. C. (2010). *Humor en campaña. Diario Clarín, elecciones presidenciales, 28 de octubre de 2007* (Tesis de grado). Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina. Recuperado de <https://bit.ly/2YIPik0> .
- Reig, D & Vilchez, L. F. (2013). Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas. Madrid, España: Fundación Telefónica.
- Romero González, M. Á. (2016). Los memes políticos del facebook en las campañas políticas para la alcaldía de Quito 2014 “Caso Ecuador crudo”: análisis del humor político en las redes sociales. Recuperado de <https://bit.ly/319jA0P> .
- Rubio, Y. (2019). *Los Simpsons y el fútbol : la relación entre la serie televisiva y el fútbol mediante los memes* (Tesis de grado). Universidad de Rosario, Rosario, Argentina.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Williams, R. (1980). Capítulo VI: *La hegemonía. Marxismo y Literatura*.

8. Anexo

Imagen n° 1: primeros memes

Twitter: 17 de julio, 13:36hs. 16500 retwitt, 36500 me gusta. @Xion_Sempai



Imagen n° 2: de la página web Desmotivaciones.es



Imagen n° 3: cuadro de memes preseleccionados

Tipo	Link	Tema	Red Social	Compartir	Mg	Información	Orden			
							por MG	en Facebook	en Twitter	
1	Meme y tweet	http://bit.ly/23kr9r7	Aborto	Twitter	17302	50632	Separación en clase	2		1
2	Imagen modificada	http://bit.ly/26KZdc6	Aborto	Facebook	14000	33000	Dinosaurio celeste	3	1	
3	Imagen modificada	http://bit.ly/26KnYfRf	Aborto	Facebook	12000	19000	Auto "Pro-vida"	4	2	
4	Imagen modificada	http://bit.ly/26C9dRfU	Aborto	Facebook	11000	3330	Los Simpsons	17	3	
5	Imagen modificada	http://bit.ly/26MxZ69	Aborto	Twitter	8215	16337	Senadores con cabezas de dinosaurios	9		2
6	VideoMeme	http://bit.ly/26MxZ69	Aborto	Twitter	7127	22604	Ofeña a Eduardo Feinmann	6		3
7	Imagen modificada	http://bit.ly/26MfLqyR	Aborto	Facebook	6831	21000	Feto en Los Simpsons	7	4	
8	Dos memes juntos	http://bit.ly/26M8E2U	Aborto	Twitter	6882	24752	Nombre del Presidente - partido Celeste	5		4
9	Meme (en cartel)	http://bit.ly/2V1vahl	Aborto	Twitter	5601	27566	Silviniis tis dis vidi	4		5
10	Imagen modificada	http://bit.ly/22TKZ96	Fmiaborto	Facebook	4857	16000	Salvemnos las dos cifras	10	5	
11	Imagen modificada	http://bit.ly/21m8SVm	Aborto	Twitter	3512	13480	Profesoras con pañuelos (Harry Potter)	1		6
12	VideoMeme	http://bit.ly/2y8K9Kx	Aborto	Twitter	2946	6961	Extracto de ponencia sobre proyecto IVE	14		7
13	Imagen modificada	http://bit.ly/21g3bV5	Aborto	Facebook	2169	8625	Percha azul	13	6	
14	Imagen modificada	http://bit.ly/22RWSKx	Aborto	Facebook	1995	11000	Feto presidente	11	7	
15	Imagen y tweet	http://bit.ly/33ILXul	Aborto	Twitter	1777	8753	Las Trillizas de oro "salvando las 2 vidas"	12		8
16	Dialogo	http://bit.ly/22MfvetE	Aborto	Twitter	1673	5277	Anibal le contesta a Alonso con cita de El Chavo	15		9
17	Imagen modificada	http://bit.ly/22EaWe	Aborto	Twitter	1121	4366	Pañuelos en Matilda	16		10
18	Imagen modificada	http://bit.ly/2TgabAv	Aborto	Twitter	818	3027	Feto presidente	18		11
19	Imagen modificada	http://bit.ly/23m95dJ	Aborto	Twitter	509	2993	Los Simpsons	19		12
20	Imagen y tweet	http://bit.ly/2VADQvJ	Aborto	Twitter	224	1486	feto gigante	20		13
1	Imagen modificada	http://bit.ly/26MxZ69	FMI	Facebook	7328	13000	Casa de papel y el trueque	3	1	
2	Imagen modificada	http://bit.ly/26M8E2U	FMI	Facebook	7099	14000	Lagarde y la parca	2b		2
3	Imagen y tweet	http://bit.ly/26KZdc6	FMI	Twitter	6591	24475	Azzaro	1		1
4	Imagen modificada	http://bit.ly/2Vw9dW	FMI	Facebook	4914	14000	Cavalo	2a		3
5	Imagen modificada	http://bit.ly/22JhSu	FMI	Facebook	2701	8588	Banco Central	5	4	
6	Imagen modificada	http://bit.ly/26Ue3a	FMI	Facebook	2505	7644	Keep Calm Cavallo	6	5	
7	Imagen modificada	http://bit.ly/2V2EVJw	FMI	Facebook	2326	1958	Lenny y dólar a \$50 (Los Simpsons)	12	6	
8	Imagen modificada	http://bit.ly/2V2C7ED	FMI	Facebook	2051	7643	Usted no aprende (Los Simpsons)	7	7	
9	Imagen modificada	http://bit.ly/23puGpR	FMI	Facebook	1873	9140	Macri mira a Cavallo	4	8	
10	Imagen modificada	http://bit.ly/23w4Yr	FMI	Facebook	1151	4320	Bandera Argentina	8	9	
11	Imagen modificada	http://bit.ly/26M8E2U	FMI	Facebook	935	702	Mortal Kombat y dólar	15	10	
12	Imagen y tweet	http://bit.ly/33hKKEJ	FMI	Twitter	885	2416	Declaraciones de Esmeralda Mitre	9		2
13	Imagen y tweet	http://bit.ly/2KnZj21	FMI	Twitter	691	2249	Los Simpsons	10		3
14	Imagen y tweet	http://bit.ly/22Hnc9P	FMI	Twitter	587	2202	Los Simpsons	11		4
15	Video y tweet	http://bit.ly/21A0du	FMI	Twitter	423	1006	Homeru (Los Simpsons)	13		5
16	Meme	http://bit.ly/23nKqLU	FMI	Twitter	260	871	Meme escrito	14		6
1	Imagen	http://bit.ly/2V2vpl8	Tarifazos	Twitter	9555	20809	Pokemon - Charmander	1		1
2	Imagen	http://bit.ly/2yKcMUR	Tarifazos	Facebook	4807	3370	#MacriTips (12 imágenes)	5	1	
3	Imagen	http://bit.ly/23m9TjW	Tarifazos	Facebook	4449	10000	Ahorros para Edesur	2	2	
4	Imagen	http://bit.ly/26MxZ69	Tarifazos	Twitter	1898	3965	#MacriTips y las Offshore	4		2
5	Imagen	http://bit.ly/26UJ3mp	Tarifazos	Facebook	1558	1400	#MacriTips	7	3	
6	Imagen	http://bit.ly/26pY1x	Tarifazos	Facebook	1417	5372	Bondi ahora 12	3	4	
7	Imagen	http://bit.ly/26M8E2U	Tarifazos	Facebook	1331	2157	#MacriTips	6	5	
8	Imagen	http://bit.ly/26M8E2U	Tarifazos	Facebook	701	849	Homeru en monopatín	8	6	
9	Imagen	http://bit.ly/2V2V2X2	Tarifazos	Twitter	74	575	Macri pulgar arriba	9		3

Imagen n° 4: meme del biólogo Kornblitth

Imagen recortada de la transmisión online original del Senado de la Argentina.



Imagen nº 5: declaraciones pseudocientíficas

Twitter: 26 de julio, 14:35hs. 2642 retwitt, 6953 me gusta. @FerRadio



Imagen nº 6: niño asiático



Imagen nº 7: actor de Full House



Imagen nº 8: meme "original"

Imagen recuperada de la pagina:
https://verne.elpais.com/verne/2017/08/28/articulo/1503909476_068551.htm



Discurso Macri sobre la vuelta del FMI

<https://www.youtube.com/watch?v=rCKXqm5dVWY> - Canal oficial de la Casa Rosada

Buenos días. Ustedes saben que tengo un compromiso de decirles la verdad siempre; también que me metí en política y me postulé para la presidencia para trabajar todos los días para que cada argentino pueda vivir mejor y desarrollarse plenamente. Mi convicción es que estamos recorriendo el único camino posible para salir del estancamiento, buscando siempre evitar una gran crisis económica que nos haría retro ceder y dañar a todos. Para esto implementamos una política económica gradualista que busca equilibrar el desastre que nos dejaron en nuestras cuentas públicas, cuidando a los sectores vulnerables y al mismo tiempo creciendo, creando así, más empleo y desarrollo. Esta política depende mucho del financiamiento externo: durante los dos primeros años hemos contado con un contexto mundial muy favorable pero eso hoy está cambiando.

Las condiciones mundiales están cada día más complejas y por varios factores: están subiendo las tasas de interés, está subiendo el petróleo, se han devaluado las monedas de países emergentes, entre otras variables que nosotros no manejamos. El problema que tenemos es que somos de los países del mundo que más dependemos del financiamiento externo, producto del enorme gasto público que le damos y, que estamos ordenando. Frente a esta nueva situación y de manera preventiva he decidido iniciar conversaciones con el Fondo Monetario Internacional, para que nos otorgue una línea de apoyo financiero. Hace minutos hablé con Christine Lagarde, su directora, y nos confirmó que vamos a arrancar hoy mismo a trabajar en un acuerdo. Esto nos va a permitir fortalecer este programa de crecimiento y desarrollo, dándonos un mayor respaldo para enfrentar este nuevo escenario, órganos y evitar crisis como las que hemos tenido en nuestra historia. Esta decisión la tomé pensando en el mejor interés de todos los argentinos, no mintiéndoles como tantas veces nos han hecho. Les digo a todos los argentinos y en especial a toda la dirigencia, que cumpliendo con los compromisos y alejándonos de la demagogia y la mentira, estoy convencido de que el camino que tomamos va a lograr un mejor futuro para todos. Muchas gracias.

EDUCACIÓN
PÚBLICA
Y GRATUITA



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA