

# Todo meme es político

Análisis discursivo y de imagen de memes sobre las temáticas aborto, FMI y #MacriTips en el segundo cuatrimestre del 2018.

## **Lucas Arce Casal**

Licenciado en Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata  
[lucas\\_31arcecasal@hotmail.com](mailto:lucas_31arcecasal@hotmail.com)

## **Gerónimo Del Real**

Licenciado en Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata  
[gerodelreal@gmail.com](mailto:gerodelreal@gmail.com)

## Resumen

Los memes -imágenes alteradas que apelan a experiencias previas- son prácticas comunicativas que se han apropiado los/as jóvenes en las redes sociales, que se anclan en la interpelación y que ganaron amplio terreno en los vínculos cotidianos.

Entendemos una “nueva” forma descentralizada de producción de humor como interpelador de sectores que, hasta hace relativamente poco, se autoexcluían de la política por la falta de identificación. 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.

El análisis de esta investigación se concentra en memes del segundo cuatrimestre del 2018 -de mayo a agosto- en torno a aborto, regreso del FMI y #MacriTips en Facebook y Twitter.

## Palabras claves

Memes, humor, redes sociales, análisis discursivo.

## 1. Introducción

Los memes son fenómenos novedosos que hace relativamente poco irrumpieron en la escena digital de nuestra cotidianidad. Los pocos trabajos de análisis nos plantean la necesidad de posicionar y ahondar sobre el material memético y sus cargas simbólicas como la crítica no sólo como construcción de la realidad sino también como esa resignificación y redefinición de los procesos contextuales socioculturales estudiados concretamente en este trabajo.

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: los

algunos y pocos que tratan este material no son autóctonos y debemos dar ese espacio a la investigación sobre la sociopolítica actual y la potencial memética que allí habita.

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 dejemos 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.

## 2. Marco teórico

### 2.1. Nuestro objeto de estudio

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

El concepto de meme surgió de un biólogo científico llamado Richard Dawkins, que escribió *The selfish gene* (1976): el libro 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 su sencillez: esto lo vuelve accesible para quienes lo quieran crear o solamente reír.

Una de las particularidades es su capacidad de viralización, entendida como expansión que generan los/as usuarios/as en las distintas redes sociales, compartiendo estas imágenes en sus cuentas personales. Otro rasgo es el de la instantaneidad existentes 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, una 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.

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 otros.

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.

## 2.2. Espacios de circulación

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 éstas como (mega)empresas que sectorizan nuestra comunidad digital gracias a los datos que proporcionamos, haciendo uso y abuso de esa información; dejando 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.

El meme, nuestro gran objeto de estudio, se comparte específicamente en las redes sociales y es donde, es en esa difusión, que 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).

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.

### 2.3. 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: la hipermediación como proceso (histórico, social, político, cultural) (Scolari, 2013).

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 articule innovación, descubrimiento y un (re)conocimiento de interpelaciones, producciones y reproducciones disruptivas, donde el poder está diversificado y ya no sólo 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. Raymond Williams -que retoma a Gramsci- conceptualiza 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.

Y, si hablamos de hegemonía, indefectiblemente debemos mencionar y conceptualizar desde Foucault (1979) y la “microfísica del poder”, 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).

### 3. 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/as usuarios/as 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 Zuckerberg<sup>1</sup> 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.

La gran mayoría de los/as usuarios/as, 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/as que se creían por fuera de estos tópicos.

Por último, la selección para el análisis de los memes buscó una diversidad que nos permita retomar las heterogeneidades de producciones dentro de cada temática.

## 4. Análisis

### 4.1. 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.<sup>2</sup> ¿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<sup>3</sup> de Mujeres pidieron, debatieron y sintetizaron argumentos por la necesidad de la IVE.

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<sup>4</sup> que piden “Educación Sexual para decidir, Anticonceptivos para no abortar, Aborto Legal para no morir”. 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 piden 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 1921 y, con marchas multitudinarias verdes y celestes a los alrededores de la Plaza de los dos Congresos, cerca del mediodía del 13 de junio 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 aprobó la media sanción de la ley por 129 votos a favor, 125 en contra y 1 abstención.

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/as.

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. 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.



Figura 1. Imagen de Twitter (@sylha\_, 11 de junio de 2018): 13:51hs. 1121 *retwitt*, 4366 me gusta.



Figura 2. Imagen de Twitter (@Fer\_\_Stl, 14 de Julio): 15:37 hs. 3512 *retwitt*, 13480 me gusta.

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)<sup>5</sup> y estas capturas específicas demuestran que en las películas y en los pañuelos hay buenos y malos.

Vamos primero a lo que observamos a simple vista. En el meme de la derecha se ve 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.

¿Qué sentidos connotan estas imágenes? 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/as 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, quiero 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.

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 rígidos, 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: este mecanismo de buenos y malos personajes ficticiales 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. 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.

#### 4.2. FMI

El 8 de mayo del 2018, el presidente Mauricio Macri, grabó un video oficial 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.

La relación entre el país 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 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 en diciembre de 2001 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 inestabilidad cambiaria, la 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.

El préstamo del FMI -el mayor de su historia: 57 mil millones de dólares- 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 ente]”, 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”.



Figura 3. Imagen de Facebook (EAMEO, 8 de Mayo): 7099 compartidos , 14000 me gusta.

Este meme fue creado por EAMEO, página de Facebook que 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: su rol protagónico demostró la importancia que tiene para el FMI la misión en la Argentina, sabiendo que el préstamo dado no tiene antecedentes en cuanto a la cifra.

Los elementos connotados que podemos relacionar son, en primer lugar, la comparación de Lagarde con 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 detrás de este nuevo acuerdo, enmarcado en los comentarios de los sectores críticos a las políticas del gobierno.

\*\*\*



Figura 4. Twitt e imagen de Twitter (@tachero\_k, 8 de mayo de 2018) [Captura de pantalla].

Este imagen de Los Simpsons no sufre ninguna alteración. Es que el chiste se produce en el mensaje lingüístico -el tweet, lo escrito- que tiene una leve modificación del diálogo original de la serie.

Desde la imagen se puede percibir a primera vista cómo Homero 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”.

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: 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. La imagen acompaña la centralidad de la palabra, en contraposición a los otros memes que analizamos.

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.

#### 4.3. #MacriTips

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 de los servicios públicos, de los productos básicos que aparecen en la

canasta familiar y, por ende, de la escalada inflacionaria que ésto 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%.

“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”.

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.



Figura 5. Imagen de Facebook (Página “Simpsons y Macri”, 20 de julio): 1582 compartidos, 1396 me gusta.

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: 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.



Figura 6. Twitt e imagen de Twitter (@saccarias, 28 de mayo) [Captura de pantalla].

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.

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. 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.

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 (e interpretamos) 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.

Es en esta investigación 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.

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.

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.

Sabemos que al humor se lo utiliza como herramienta fundamental para convencer, argumentar y para reafirmar y resignificar las posiciones-políticas: 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 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, 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.

## Referencias bibliográficas

- Arancibia, M. (1 de abril de 2018). Tarifazos: en solo dos años con Macri, los servicios aumentaron hasta 1.600%. *La Izquierda Diario*. Recuperado de: <https://www.laizquierdadiario.com/Tarifazos-sube-el-transporte-y-los-servicios-aumentaron-hasta-1-600-con-Macri> (consultado el 19 de julio de 2019).
- Barthes, R. (1964). Retórica de la imagen (en la semiología). Recuperado de <https://bit.ly/2YPtur0>.
- Centera, M. & Rivas Molina, F. (9 de agosto de 2018). El Senado de Argentina dice “no” al aborto y deja al país con una ley de 1921. *El País (España)*. Recuperado de: [https://elpais.com/internacional/2018/08/08/argentina/1533714679\\_728325.html](https://elpais.com/internacional/2018/08/08/argentina/1533714679_728325.html) (consultado el 19 de julio de 2019).
- Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*.
- Foucault, M. (1975). Vigilar y castigar, nacimiento de la prisión. Recuperado en <https://bit.ly/2n1e5Ak>.
- Hall, S. (1980). 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. (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.
- Racioppe, B. (2012). *Liberar, compartir, derivar* (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

- Todo Noticias (21 de junio de 2018). Macri, memes y mucho, mucho más: los MacriTips desembarcaron en la Rosada [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.facebook.com/watch/?v=10157474753599863> (Consultado el 11 de Agosto del 2019).
- Williams, R. (1980). Capítulo VI: La hegemonía. *Marxismo y Literatura*.
- <sup>(1)</sup> 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.
- <sup>(2)</sup> 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.
- <sup>(3)</sup> Cabe destacar que este año se discutió el nombre y hay fuertes argumentaciones para que el próximo se llame “Encuentro Plurinacional de Mujeres, Lesbianas, Trans, Travestis, Bisexuales y personas no binarias”.
- <sup>(4)</sup> 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.
- <sup>(5)</sup> Harry Potter es una saga de nueve películas (ocho partes) sobre las aventuras de un joven aprendiz que concurre a un colegio de magia y hechicería. La historia transcurre entre un universo fantástico, y otro plano del mismo mundo donde están las personas *muggle*, es decir, los/as no magos/as.