

MEMES Y POLÍTICA. ANÁLISIS SOBRE EL USO DE LOS MEMES EN LAS COMUNICACIONES POLÍTICAS DIGITALES A PARTIR DE UNA MANIFESTACIÓN EFÍMERA.



Tesina de grado
Alumna: Espona Natalia
Director: Aníbal Rossi
Año: 2022

Agradecimientos

Llegué al final de este camino y en mi quedaron marcadas las huellas profundas de este recorrido. Les quiero agradecer:

A mis papás, Beto y Mari, sabiendo que jamás existirá una forma de agradecer una vida de lucha, sacrificio y amor constante, sólo deseo que entiendan que este logro, es también el logro de ustedes.

A mis hermanos, Cristian y Brenda, quienes estuvieron presente siempre, alentandome, y los primeros en creer en mí.

A mis sobrinos, Emilia y Lautaro. Los amores de mi vida.

A mi abuela Tona, por el apoyo y la incondicionalidad.

A mi Catalina, mi fiel compañera.

A mis amigas, pilares fundamentales, por escucharme, acompañarme y aconsejarme en este camino.

A Aníbal por ser parte de este último pasito de la carrera y dirigir este trabajo con tanta entrega y dedicación.

A la Universidad Pública, formadora de mentes abiertas, y a todos los docentes que estuvieron presentes en mi formación.

Índice

Índice	1
Abstract	2
Palabras claves	2
Nube de palabras	3
Objetivos	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
Introducción	5
Capítulo 1. El meme. Su historia	8
Sus primeras definiciones	8
El meme como uso social, distintas definiciones o conceptos	10
El meme e internet	14
Meme y su difusión. Si no se propaga no existe	18
Capítulo 2. Variantes y clases de memes	22
Características del meme según Dawkins	22
Tipos de meme	27
Metameme	27
Memeplexe	29
Holomeme	30
Capítulo 3. Meme, política y las redes sociales	34
Capítulo 4. Diseño Metodológico	39
Capítulo 5. Análisis	43
Análisis Cuantitativo	43
Análisis Cualitativo	51
Meme N° 1	51
Meme N° 2	53
Meme N° 3	55
Meme N° 4	57
Meme N° 5	59
Meme N° 6	61
Meme N° 7	63
Meme N° 8	65
Meme N° 9	67
Meme N°10	69
Capítulo 7. Reflexiones Finales	71
Bibliografía	74

Abstract

La Web 2.0 y las redes sociales han favorecido un nuevo tipo de comunicación más sintética y visual: los memes. El contexto político no es ajeno a la capacidad de los memes de sintetizar una idea, situación o expresión.

El estudio de los memes constituye una línea novedosa en el ámbito de la comunicación política 2.0. La propuesta del presente trabajo es, a partir de una movilización efímera offline (discurso de cierre de campaña de Mauricio Macri durante las PASO 2019 en el que aseguró eufóricamente que “¡No se inunda más, carajo!” una Avenida de la ciudad de Buenos Aires, refaccionada durante los años en los que se desempeñó como jefe de Gobierno Porteño) analizar el uso de los memes en las comunicaciones políticas digitales empleando el análisis de contenido y discurso como metodología.

Un análisis que nos permita conocer las características y posibles usos de los memes, las fuentes más habituales para su creación y los factores comunes de los memes surgidos por dicha manifestación efímera.

Palabras claves

Memes - Política - Comunicación - Macri

Objetivos

Objetivo general

Conocer el empleo de los memes gráficos por la comunidad usuaria, que participa de la conversación política 2.0, en torno al discurso de cierre de campaña de Mauricio Macri durante las PASO 2019 en el que aseguró eufóricamente que “¡No se inunda más, carajo!” una Avenida de la ciudad de Buenos Aires, refaccionada durante los años en los que se desempeñó como jefe de Gobierno Porteño

Objetivos específicos

- Describir las características y posibles usos del meme según revisión documental y de literatura científica.
- Conocer los principales formatos y contenidos de estas publicaciones, así como las fuentes a las que acude la comunidad usuaria para su creación.
- Explorar factores comunes –emisor, forma y contenido- de los mensajes que alcanzaron mayor impacto dentro de la conversación política 2.0.

Introducción

La irrupción de las redes sociales y la apropiación de sus herramientas por parte de millones de usuarios en todo el mundo ha supuesto un salto cualitativo en el modo de entender la política, sus instituciones y manifestaciones.

Hoy en día, no es necesario recurrir al diario, esperar la hora del noticiero local o sintonizar la radio para informarnos sobre las cuestiones más importantes del país y del mundo, y la política (y políticos) no se encuentran fuera de esta lógica. Solo basta con ingresar a tus perfiles de redes sociales y buscar con los hashtags el nombre del/la político/a del/la que quieras informarte para que aparezcan las últimas noticias en torno a él/ella.

Pero, además de noticias, es muy probable que aparezcan varios memes sobre esta persona y alguna manifestación efímera que haya generado, es decir, manifestaciones multitudinarias de usuarios ante una determinada acción online u offline con un ciclo de vida tan virulento como volátil: tras una actividad intensiva, con un elevado volumen de interacciones, se extinguen.

Las imágenes circulan con más agilidad y son decodificadas con mayor facilidad que los textos o panfletos políticos. En ocasiones, lleva menos tiempo comprender una imagen que incorpore una opinión o punto de vista, que un texto resumiendo un posicionamiento político. Es así, que los memes han adquirido un rol cada vez más preponderante en las batallas políticas contemporáneas.

Se podría decir, siguiendo a Rodríguez (Delia, 2013), que Mauricio Macri constituye un memócrata por excelencia dado el protagonismo de los memes en sus estrategias de comunicación política. Dentro de su equipo cuenta con expertos dedicados al lanzamiento de todo tipo de mensajes con capacidad memética en las redes sociales, los

llamados “equipos de Trolls¹” quienes, en la mayoría de los casos, utilizan memes para ridiculizar a sus adversarios políticos, pero, al mismo tiempo, es Mauricio Macri quien a través de sus discursos y acciones proporciona material constante para la creación de dichos memes en su contra.

Diversas variantes cuantitativas están presentes constantemente en las publicaciones de Twitter, siendo una de las más importantes los llamados “hashtag”: palabra del inglés que se traduce como ‘etiqueta’ y se refiere a la palabra o serie de palabras o caracteres alfanuméricos precedidos por el símbolo del numeral (#). Los hashtags son una herramienta de comunicación utilizada fundamentalmente en publicaciones (de texto, videos, audios, imágenes, etc.) en las redes sociales, para organizar, clasificar o agrupar las publicaciones de acuerdo con su tema o contenido.

Los hashtags se clasifican dentro de lo que se denomina folksonomía o etiquetado social, es un sistema de clasificación en el que los usuarios aplican etiquetas públicas a diversos contenidos en línea, generalmente para que éstos sean más fáciles de encontrar. Estas etiquetas permiten presentar de manera pública, y organizados en la línea del tiempo de las redes sociales, todos los contenidos que posean la misma etiqueta, facilitando así no solo su ubicación, sino el intercambio de información o contenidos entre distintos usuarios, sobre determinados temas o acontecimientos.

En diversas ocasiones, cuando un hashtag es usado por muchos usuarios durante determinado periodo de tiempo, este pasa a convertirse, específicamente en Twitter, en un Trending Topic, es decir, una tendencia del momento.

El método de estudio planteado para conocer el contenido y comportamiento de los memes en este trabajo, va a consistir en una técnica mixta de recogida de datos y otra de análisis; por una parte, se realizará un estudio cuantitativo observando los hashtag, la

¹ Definición del término: se usa como parte de la jerga de internet para referirse a una persona que se dedica a realizar comentarios provocadores, que busca crear controversia o desviar la atención de una temática con el fin de captar miradas o porque, simplemente, quiere causar cierta molestia.

cantidad de me gusta y de retweets² de cada meme, para posteriormente avanzar a un estudio cualitativo, seleccionando los 10 memes con mayor alcance en su amplificación y reconocimiento, realizando en ellos un análisis de contenido: conjunto de procedimientos y de técnicas de comprobación y de verificación de hipótesis aplicados a mensajes, textos o discursos para extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones que puedan darse en su empleo posterior.

Así, por tanto, para el trabajo planteado, se analizará y comparará bajo los hashtags #Macri, #NoSeInundaMas, #NoSeInundaMasCarajo, #MacriGato y #MacriCat, los memes viralizados desde el día 06 de Agosto de 2019 (fecha en la que el entonces Presidente, Mauricio Macri, dijo la renombrada frase) hasta el 10 de Diciembre de 2019 (fecha de asunción del nuevo Presidente, Alberto Fernández). El análisis contemplará su contenido gráfico, tipología de imágenes, etiquetas más habituales y las significaciones textuales (imagen - texto).

² Definición del término: Retuitear un tuit implica estar de acuerdo con ese contenido.

Capítulo 1. El meme. Su historia

Sus primeras definiciones

El gran poder de las redes sociales, que actualmente incluso marca la pauta de los medios masivos tradicionales (Calvo y Aruguete, 2018), supone un enorme campo de estudio. En este contexto, los memes emergen como una de las herramientas visuales más populares para la transmisión de mensajes. El presente capítulo abordará al meme desde su concepción con relación a la genética hasta su utilización como herramienta digital de hoy en día. Apoyado en bibliografía y en el estudio de diversos autores, se buscará indagar sobre el meme y sus características.

La palabra “meme”, tiene su origen en el concepto concebido por Richard Dawkins (1976), zoólogo y científico, quien en su libro *The Selfish Gene*³ expone la hipótesis memética de la transmisión cultural. Propone la existencia de dos “procesadores informativos” distintos en los seres humanos: uno actúa a partir del genoma gracias a la replicación de genes a través de las generaciones y otro actúa a nivel cerebral, replicando la información cultural del individuo, la cual es recibida por enseñanza, imitación o simple asimilación. En este caso, Dawkins nombra como “meme” a la unidad mínima de información que se puede transmitir. Esto quiere decir que los “memes” conforman la base mental de nuestra cultura, como los genes conforman la primera base de nuestra vida.

Dawkins necesitaba un nombre para el nuevo replicante, un nombre que aportará la noción de unidad cultural de transmisión o unidad de imitación. El griego brindaba el vocablo mimeme, que el científico encontró satisfactorio, pero demasiado largo. Quería encontrar un sonido afín al gen, y por eso optó por acuñar la abreviatura meme. (Blackmore, 2000). De este modo, el neologismo “memes” fue creado por su semejanza

³ Traducción: “El Gen Egoísta”

fonética al término "genes" y, por otra parte, para señalar la similitud de su raíz con memoria y mimesis.

De la misma manera que la vida evoluciona por la supervivencia diferencial de los genes, la cultura evoluciona mediante la supervivencia diferencial de replicadores culturales, a los que Dawkins llama "memes", o unidades mínimas de información y replicación cultural. La información cultural se transmite de cerebro a cerebro (por enseñanza, imitación o asimilación) y puede dividirse en unidades simples (tales como una idea, un concepto, una técnica, una habilidad, una costumbre, una manera de fabricar un utensilio, etc.), que Dawkins llama memes. (Cortés Morató, 1997)

La teoría memética desarrollada por Richard Dawkins, tomó nuevos aires con los estudios de Susan Blackmore (2000), quien entiende a los memes como replicadores y agentes activos que buscan propagarse y expandirse en forma similar a los virus, al igual que los genes. Según la memética, los memes son elementos de información cultural que se transmite de mente a mente con variaciones y selecciones, principalmente por imitación y con tres características: fidelidad, fecundidad y longevidad. De esta manera, al incluirse estas características en el proceso imitativo se determina su éxito; es decir, que el meme sea copiado de forma precisa, que se hagan muchas copias de él y que duren por mucho tiempo.

La autora plantea que todo lo que se transmite de una persona a otra de este modo es un meme. Ello incluye el vocabulario que utilizamos, las historias que conocemos, las habilidades que hemos adquirido gracias a otros y los juegos que preferimos. También hay que tener en cuenta las canciones que cantamos y las leyes que acatamos. Todos y cada uno de estos memes han evolucionado a su manera, pero todos, al cabo, transmitidos por nuestra conducta con el afán de reproducirse.

Se podría decir, entonces, que las modas resultan ser los memes más destacados y los más fáciles de identificar. Se expanden casi sin darnos cuenta y a una velocidad sorprendente. Así, en un período muy corto de tiempo vemos que muchas personas usan los mismos pantalones, leen un mismo libro o escuchan una misma canción. Lo importante allí es la replicación rápida y exitosa y no tanto la acción o el objeto replicado. Algunos memes son, sin dudas, peligrosos como por ejemplo las nuevas técnicas para estafar, los métodos para adelgazar en cuatro días y las curas milagrosas. Cuando imitamos a alguien estamos transmitiendo algo, este “algo” puede a su vez transmitirse una y otra vez hasta cobrar vida propia y puede llamarse idea, orden, conducta, información. Ese algo, siguiendo a Blackmore, se llama meme.

No existen muchas definiciones oficiales. Por un lado, la RAE incorporó una definición en el año 2018: Del ingl. meme, palabra acuñada en 1976 por R. Dawkins, biólogo inglés, sobre el modelo de gene 'gen' y a partir del mīmēma 'cosa que se imita'. En primera instancia define al meme como un rasgo cultural o de conducta que se transmite por imitación de persona a persona o de generación en generación. Finalmente habla del meme de internet como lo conocemos, y lo define como una imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet.

Por otro lado, el Diccionario de Oxford define al meme como un “elemento de una cultura o un sistema de comportamiento que se puede considerar ser transmitido de un individuo a otro. Que puede ser, además, una imagen, video o frase, que se transmite electrónicamente a partir de usuarios de Internet”.

El meme como uso social, distintas definiciones o conceptos

En torno al uso social del meme se han hecho evidentes otras posturas que se centran en el meme en Internet como un agente articulador de identidad colectiva que

permite a los sujetos conformar comunidades de interpretación. Lissack (2004) plantea que el meme, como signo y unidad semántica capaz de evocar significados, debe ser abordado desde la pragmática enfatizando el uso social que de él se hace. El autor destaca los procesos de resignificación que posibilitan la puesta en común, y establece la comunicación como un fenómeno social que requiere de la agencia humana.

Existen posturas que asumen el meme en Internet cómo una forma de comunicación propia de los entornos digitales, por ejemplo, Knobel y Lankshear (2007) proponen determinar cuándo un meme es exitoso a partir del sistema referencial, el sistema contextual o interpersonal y el sistema ideológico o de visión del mundo que enmarcan dentro del concepto de espacios de afinidad lo que posiciona al meme en Internet como parte importante de un juego de interacciones sociales de un grupo de personas con intereses comunes virtuales.

Shifman (2013) plantea que entender el meme en el marco de la cultura digital, permite identificar atributos principales que son de particular relevancia para el análisis de la cultura digital: En primer lugar, los memes pueden entenderse mejor como información cultural que se transmite de persona a persona, pero gradualmente se convierte en un fenómeno social compartido; en segundo lugar, se reproducen por diversos medios de imitación; y por último, la imitación y la remezcla impulsadas por el usuario se han convertido en pilares altamente valorados de la cultura participativa contemporánea.

Según esta autora, una motivación para que los usuarios participen en la circulación y reinterpretación de los memes en línea, se da precisamente a partir de la necesidad de pertenecer a una comunidad definida, al menos parcialmente, por estas prácticas culturales. Esta dimensión, permite establecer una relación entre el uso del meme en internet y los procesos de construcción identitarios de los usuarios que participan en dichas comunidades interpretativas: el sentido de pertenencia.

Los memes en Internet son fragmentos de cultura que contienen ideas y que van influyendo en la gente en la medida en que se propagan. Cortázar (2014) señala que se trata de productos a los que hay que aplicar una mirada que trascienda lo estético y lo textual para fijarse en su riqueza intertextual, en la pluralidad de fuentes en las que se sustenta y a las que se hace referencia. En este sentido, han surgido posturas que ven en el meme una expresión genuina de los usuarios de internet, e incluso como vehículos de un discurso de resistencia.

González y Herrera (2015) trabajan el meme bajo una perspectiva textual multimodal. Los autores ven el meme como un discurso conformado con texto e imagen que tiene como fin expresar una postura o punto de vista desde la sátira en torno a acontecimientos sociales vigentes. Ratifican el meme como un elemento discursivo multimodal y como un medio de expresión alternativo a los discursos hegemónicos impuestos por los medios manipulados por o al servicio de las instituciones de poder.

Por otro lado, Luis Gabriel Arango Pinto (2017) analiza el concepto meme como una unidad de información cultural que se transmite de un individuo a otro o de una generación a otra destacando la reproducibilidad como una de las características principales del mismo. Recupera la propuesta teórica de Knobel y Lankshear (2007), al afirmar que las características de yuxtaposición, intertextualidad y humor son elementos presentes en el meme en Internet. La yuxtaposición de coexistencia de texto e imágenes que constituyen un significado de manera conjunta; mientras que la intertextualidad es evidente por la complejidad cultural que constituye el discurso, es decir, este alude a diferentes textos presentes en la vida del sujeto que produce y consume. Explica cómo los productores y consumidores de estos memes utilizan estos recursos expresivos para constituir un significado con el que se posicionan desde una discrepancia cómica en relación con los acontecimientos.

El meme, en tanto signo, es transmitido y asociado en un significado, en torno al cual se articulan las comunidades interpretativas y los grupos de afinidad, además existe una relación entre el uso del meme en Internet y los procesos de construcción identitaria de los usuarios que participan en las comunidades de interpretación y resignificación a partir de un enfoque desde los estudios culturales (Pérez Salazar, 2017). En este sentido, el meme representa algo para alguien y devela las estructuras culturales en las cuales se crea y difunde el discurso. De manera que cuando se participa en la reelaboración y difusión de un meme se trata de una forma de autoafirmación colectiva ante la otredad (Pérez Salazar, 2017).

Entender el meme como un texto digital implica no solo sistemas complejos de referencias sino también extensas posibilidades expresivas. Pérez Salazar (2017) afirma que el meme posee una dimensión sígnica compleja; es intertextual; puede entenderse como cita, es decir, puede recuperar un texto ya utilizado y constituir un nuevo significado del mismo; el autor del meme debe ser visto no solo como aquel que lo produce, sino también como aquel que lo difunde, entendiendo el proceso de enunciación en su conjunto; de manera que se propone asumir el meme como reflejo subjetivo del mundo.

Bajo esta misma lógica, Zayas (2017), plantea los memes como articuladores discursivos que conforman una comunidad de sentido muy concreta. A partir de conceptos como cómico, caricaturesco y las teorías del chiste y del humor, ofrece una aproximación a las funciones de la risa y del meme como creación, mantenimiento y fortalecimiento de vínculos en la sociedad Red. Los memes “no inventan nada, sus estructuras repiten fórmulas tradicionales: el collage, la sátira, el chiste, la parodia, la caricatura, la viñeta, el juego de palabras, el absurdo, etc., como fenómeno de la cultura de masas y como creación popular” (Zayas, 2017, p.144).

El meme e internet

Como ya hemos mencionado, los memes son un fenómeno que antecede a Internet. Sin embargo, es a partir de su popularización en los espacios virtuales, que han despertado el interés, tanto de la sociedad en general, como de los investigadores en el campo de la cibercultura.

Los memes en internet surgen normalmente como una forma de interacción social, como referencias culturales o como una forma de describir situaciones de la vida real de las personas. Apelan a la diversión y al ingenio de descifrar un mensaje implícito que puede llegar a ser entendido sólo si se cuenta con la información necesaria para entenderlo (Pérez Salazar, 2017)

Jenkins expresa que el meme es la estructura de la imagen que se replica con el texto agregado y el uso del humor irreverente, llegando a la conclusión de que el meme reposa en su estructura, más allá de que luego la idea de este pueda ser adaptada de formas diferentes, y que, dentro de esa estructura, hay un mensaje inminente esperando ocupar mentes desprevenidas (Jenkins, 2009).

La aparición de Internet modificó la forma de comunicarse, especialmente por la rapidez con la que se comenzaron a transmitir los mensajes. Bajo esta circunstancia, los memes, se propagan de forma inmediata y pueden llegar a expandirse a escalas impensadas.

Sus inicios se remontan en la década de los '90 y pese a que no partieron como memes propiamente dichos, las imágenes de gif (animadas) fueron sumamente propagadas a través de los correos electrónicos. Esto originó que los mensajes perdieran formalidad y se transformaran en un elemento de entretenimiento.

Fue recién en la década del 2000 cuando aparecieron los primeros memes en Internet que se hicieron acompañar por textos. Uno de los primeros en aparecer, o por

lo menos los más populares, fueron los llamados LOLcats, los "laugh-outloud-cats" (lol) cuyas tres primeras palabras significan "riendo a carcajadas" y la cuarta "gato", incorporan fotos de animales adorables con textos cómicos.

Imagen N° 1



Fuente: <https://www.wsj.com/articles/SB118798557326508182>

Pero no solo los LoLCats fueron los pioneros, los memes agrupados bajo el nombre de rage faces o rage comic (caras de ira, comic de ira) pueden considerarse también principales representantes de este nuevo lenguaje digital.

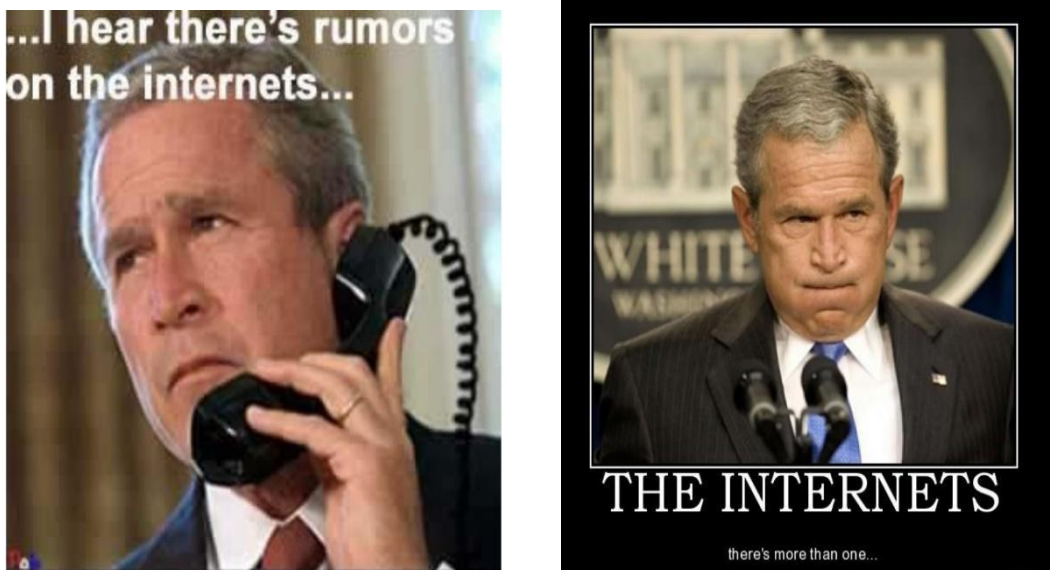
Imagen N°2



Fuente: https://meme.fandom.com/pt-br/wiki/Rage_Comics

Al cambiar la forma de comunicarse, comenzaron a divulgarse imágenes que rendían honor a la variación que tenían las palabras. La popularidad de las imágenes era tal que comenzó a expandirse a otros ámbitos, como, por ejemplo, el político. Gracias a este escenario, uno de los primeros memes político que se divulgó en Internet hace referencia al ex mandatario de Estados Unidos George W. Bush, quien en una conferencia de tecnología se refirió a internet como "internets": Esto generó que miles de imágenes con su rostro se viralizaron acompañadas de la célebre frase, aludiendo a su poco manejo de la tecnología.

Imagen N° 3



Fuente: <https://knowyourmeme.com/memes/internets>

Es posible ver en esta práctica una nueva característica del meme: la creación. Si bien los memes nacen como elementos de replicación o unidades de conocimiento cerradas, su desarrollo ha permitido que sean elementos abiertos que se van reencarnando y adoptando nuevos significados a medida que avanzan. Hoy el meme es un fenómeno predominantemente social, en la actualidad, el meme surge de una serie de relaciones entre sujetos, tecnologías, ideas, deseos y estéticas. Con tantos elementos, es fácil que un meme original se abra a cambios, transformaciones, mutaciones y nuevas significaciones.

Para Gonzalez Pureco (2020), hay un elevado nivel de adaptaciones y reinterpretaciones del meme en Internet, de manera que la construcción social que implica el meme representa una agregación de selecciones individuales, sobre todo cuando es adaptado a los elementos culturales locales. A diferencia de otras unidades culturales relacionadas con las industrias culturales y del entretenimiento “el meme en Internet parece más bien responder a una lógica reticular y horizontal” (Pérez Salazar, 2017, p.29).

Meme y su difusión. Si no se propaga no existe

Una gran cantidad de reflexiones hechas a finales de la década de 1990 e inicios del 2000, caracterizaron al meme en Internet desde su fenomenología más frecuente, en la que se recurría al humor. Pasaría cerca de una década para que ese sesgo conceptual inicial fuese superado y se descubriera que entre los muy diversos factores de viralización, se encontraba una amplia gama de disparadores emocionales, donde el humor era solo una entre otras posibilidades, como la indignación y la empatía.

Según Delia Rodríguez, ninguna receta mágica hace que un meme triunfe, pero tampoco es únicamente cuestión de suerte. “Las emociones intensas (hilaridad, indignación, sorpresa, etc) incitan a compartir algo y además para que algo sea viral tiene que hacernos pensar en los demás” (2013, p.154). De hecho, para que una historia se transforme en un meme, el usuario debe tener en todo momento la necesidad de compartirlo, de comentarlo, de no dejar que se pierda en el olvido.

Además de los ya mencionados disparadores emocionales, se encuentran su intertextualidad, su oportunidad y su relevancia en términos de aquellos asuntos que son reconocibles e importantes para los usuarios que crean, comparten y modifican estas unidades de sentido.

Como los memes, por definición, deben ser replicadores de sí mismos para pasar de persona a persona (Dawkins 1976), la simpleza para su replicación se ha vuelto una característica fundamental para su difusión y propagación. Ante esto han surgido sitios que exponen maquetas o plantillas de los memes del estilo de imagen con dos frases como, por ejemplo, memegenerator.es o quickmeme.com, por mencionar algunos; también existen cuadros tipo comics para rellenar con chistes utilizando los personajes de rage faces, entre otros. Solo con observar estos sitios podemos notar que existe una constante

en los recursos empleados por sus usuarios: frases graciosas, imágenes de animales y bebés, chistes y alusión a situaciones cotidianas son algunos de los más utilizados.

Lucia Castagno (2013), plantea que “si tuviéramos que elaborar una receta para el meme exitoso, los ingredientes que no podrían faltar serían: humor, emoción e identificación” (p.66), y traza estas tres características:

- **Humor**, Frecuentemente nos encontramos en ocasiones riendo de alguna frase o escena cotidiana y, al mismo tiempo, queriendo generar la risa en aquellos que nos rodean. Científicamente, cuando reímos liberamos grandes cantidades de endorfina, una hormona que produce bienestar y felicidad. El chiste, precisa de alguien que narre la historia y de otro que la escuche o, en el caso de los memes, que la vea. Todos buscan contar y compartir los chistes porque el otro cumple una función fundamental, es el aval que con su risa certifica que el trabajo del chiste ha alcanzado su propósito. La importancia en el hecho de compartir es, de este modo, crucial.
- **Emoción**, esta cumple un papel central, ya que la atención de los seres humanos parece ser mucho mayor ante tópicos que tocan su fibra sentimental. Si un meme logra despertar nuestro lado más sensible o vulnerable, las posibilidades de que nos guste, y luego lo repliquemos, aumentan. Sin embargo, las emociones generadas por un meme no sólo tienen que ver con la ternura. El enojo, la decepción o la tristeza son también emociones que pueden representarse a través de un meme. Los memes pueden incluso transmitir mensajes de amor, fe o esperanza. Lo importante será provocar alguno de estos sentimientos.
- **Identificación**, tanto para el humor como para la emoción, el hecho de la identificación, de que un gran número de personas se ría o sensibilice ante la misma frase o imagen y que comparta esa reacción, colabora en el éxito de un

meme. La identificación sería entonces la constante que atraviesa los dos elementos anteriores, ya que muchas veces nos reímos o emocionamos con las mismas cosas cualquiera sea nuestra nacionalidad, sexo o edad.

Cabe aclarar que se trata solo de una aproximación, ya que no existe una fórmula única y exitosa para la creación de memes. Nadie ha logrado aún demostrar rigurosamente, y por adelantado, por qué determinados tipos particulares de contenido se propagan.

Jenkins en su texto “Si no se expande, está muerto” (2009) aclara que las definiciones meme y viral son metáforas biológicas, a partir de los escritos de Dawkins, que sirven para explicar la manera en que los contenidos mediáticos se mueven por culturas, como un virus dentro de un organismo vivo. Pero estas definiciones se han dicho tantas veces en los medios de comunicación que suelen crear confusión entre los usuarios de Internet. Él va a decir que esta metáfora no refleja la complejidad de los procesos comunicativos y culturales, porque la idea de la infección se reduce a que los productores de contenido multimedia son capaces de diseñar textos asesinos que les aseguren la circulación al ser inyectados directamente en el torrente sanguíneo cultural (Jenkins, 2009).

El autor afirma que se ha intentado definir sin éxito el uso de la palabra viral en los medios de comunicación, empezando con hacerles creer a los consumidores que algo que se viralizaba era fácil de pasárselo a otros, sugiriendo que la viralidad está relacionada con las propiedades técnicas de los medios o que tenía que ver con que si el mensaje encajaba dentro de las conversaciones que estaban teniendo lugar dentro de la comunidad.

Jenkins señala que para él los memes viajan a través de la web porque están llenos de sentido para la gente que los difunde, lo que no implica, como se cree comúnmente, que no tienen valor nutricional, son un aspecto trivial y sin sentido de nuestra cultura y una pérdida de tiempo. Afirma que los contenidos se desparraman a través de las prácticas de

las personas, quienes sí son capaces de escapar de las infecciones y aun así eligen compartirlos y aportar en su difusión porque estos memes, los de Internet, no se auto replican, sus consumidores no son susceptibles a los medios virales y no están carentes de valor nutritivo.

Capítulo 2. Variantes y clases de memes

Los memes han sido objeto de análisis y existen diversas propuestas para su estudio y clasificación. En este apartado, revisaremos algunas de estas aproximaciones que se desprenden desde el mismo Dawkins, así como las nociones de memoplexe, metameme y holomeme. Se trata de un conjunto de consideraciones que posibilitan un análisis mucho más preciso de este fenómeno cultural.

Características del meme según Dawkins

Desde la primera publicación que Dawkins hiciera sobre este tema en 1976, propuso tres dimensiones: fidelidad, fecundidad y longevidad. Da Cunha (2007) ha agregado una más, el alcance. La fidelidad tiene que ver con la cantidad de modificaciones con que un meme es replicado. La fecundidad se refiere a la tasa de reproducción de un meme y la longevidad, al tiempo que permanece en el acervo de un grupo. El alcance, es la extensión geográfica que alcanza un meme.

Tabla N° 1

Fidelidad	Fecundidad	Longevidad	Alcance
<u>Metamórficos</u> : altos índices de mutación y de recombinación.	<u>Volátiles</u> : tienen un corto periodo de propagación.	<u>Fecundos</u> : lenta propagación.	<u>Locales</u> : áreas geográficas limitadas.
<u>Replicadores</u> : presentan una reducida variación y una alta fidelidad con respecto al original.	<u>Persistentes</u> : son replicados durante un tiempo considerable.	<u>Epidérmicos</u> : se expande de manera muy amplia y veloz.	<u>Globales</u> : usados en muy variados contextos y espacios.

Fuente: Elaboración propia.

Las taxonomías de Dawkins (1976) y Da Cunha (2007) se refieren a patrones de propagación, permanencia y modificabilidad de estas formas culturales. Pero, siguiendo a Pérez Salazar (2017) también, existen recursos que son empleados en la construcción de las enunciaciones que se encuentran en los espacios virtuales, de los cuales se pueden identificar:

- Cadena de caracteres, se trata de memes dados por frases, acrónimos y otras formas de expresión, que se basan en caracteres representables en los sistemas de cómputo. Uno de sus primeros antecedentes, está dado por los emoticones que se emplean para expresar estados de ánimo en textos, por ejemplo, el de la cara sonriente:



Fuente:

https://www.antena3.com/noticias/sociedad/dia-emoji-carita-sonriente-lagrimas-arrasa-redes_202007175f11e1158fbe650001c7b4a4.html

- Imágenes estáticas, Una fotografía de un paisaje, una caricatura política o la imagen de un animal; en tanto circule de forma repetida por Internet, puede ser considerada como un meme. Sin embargo, a partir de los contenidos que los usuarios de medios sociales y otros sitios en Internet suelen compartir; hay algunas formas concretas de enunciación, las cuales se describen a continuación:

Imágenes adyacentes a textos: Se trata de signos mixtos, en los que el meme está dado tanto por la imagen, como por un texto que la acompaña y con el cual es replicado de forma conjunta. Los signos lingüístico y no lingüístico, aunque conforman una unidad de significado, no se encuentran sobrepuestos, sino uno acompañando al otro:



Fuente: <https://es.memedroid.com/memes/detail/3201940/no-lo-rechacen-porfa>

Imagen con texto incrustado: Es una de las formas de enunciación más frecuentemente relacionadas con los memes en Internet. Usualmente se trata de una fotografía o dibujo que puede pasar por diversos grados de manipulación digital y que tiene incorporados elementos lingüísticos directamente relacionados con el referente que socialmente se asocia al meme en cuestión:



Fuente: <https://www.memegenerator.es/meme/3819>

Imágenes secuenciales (micro-historietas): Se trata de memes en los que hay una pequeña historia y su elaboración está basada en el uso de personajes pre-elaborados, que son utilizados y combinados en cada situación particular:



Así yo también soy productivo

Fuente: <https://me.me/i/hola-derp-como-estuvo-tu-dia-ho-estuvo-bien-creo-14944452>

- Imágenes en movimiento, aquí también podemos hacer una distinción entre los diferentes tipos.

Gifs animados, unidades culturales que consisten en secuencias de animación sin sonido. La mayor parte se encuentran técnicamente codificadas en un formato conocido popularmente como gif animado. Se trata de una serie de capas de imágenes que son mostradas de manera que se produce una animación. Dadas las características técnicas de su enunciación, son difundidos con altos niveles de fidelidad; es decir, prácticamente sin cambios:



Fuente: <https://internetpasoapaso.com/gifs-mas-famosos-de-la-historia/>

Productos audiovisuales, se trata de enunciaciones dadas por imágenes en movimiento, acompañadas de una banda sonora, y que frecuentemente reciben el nombre de videos virales. Existen varios matices:

1. *Productos audiovisuales con altos niveles de fidelidad*: Son videos que, a partir de su colocación en sitios de reproducción bajo demanda

como YouTube, Vimeo y otros similares; son hipervinculados en otros servicios, sobre todo, en las redes sociales. Una de sus principales características es que el contenido es replicado de forma que no sufre de mutaciones en el proceso.

2. *Productos audiovisuales parcialmente metamórficos*: Son videos en los que se utiliza un fragmento de una película, dibujo animado, videoclip, entre otros; a los que se le agrega audios o subtítulos de otro acontecimiento. Uno de los ejemplos más claros se da con el meme Hitler Reacts (Hitler se entera de...), donde se tiene un fragmento de tres minutos y 49 segundos de la película alemana La Caída (2004), que es empleado para expresar una reacción explosiva en relación con algún suceso específico. Este video cuenta con tres conjuntos de signos, a partir de los cuales se hace la enunciación: los dos primeros, el audio y el video original, permanecen inalterados en cada reinterpretación. Es el tercer elemento, dado por el subtítulo sincronizado a los diálogos, donde ocurre la adaptación del meme. Estos subtítulos no corresponden al diálogo en alemán, sino que es modificado por quienes realizan la adaptación del meme, a partir de sucesos que resultan en un referente compartido al interior de un espacio de afinidad determinado. Estos hechos pueden hacer alusión a eventos de carácter tanto internacional como nacional o local.
3. *Productos audiovisuales como reinterpretaciones*: Son producción de videos que se ajustan a una enunciación inspirada en el original y que lo replican, a partir de producciones elaboradas por una gran cantidad de usuarios.

Tipos de meme

Metameme

Cuando un meme alude a su naturaleza como tal, se le llama metameme (Shifman, 2011), que es el equivalente en las artes dramáticas a romper la cuarta pared⁴. Se define como un meme acerca de un meme, un metameme hace referencia a sí mismo como meme. Ejemplo de ellos se pueden observar en las siguientes imágenes.

Imagen N° 4



Fuente: <http://m.quickmeme.com/meme/3535wx>

⁴ Definición del término: Ocurre cuando un personaje se dirige directamente al público. Es un recurso narrativo que ha sido empleado en el cine desde Chaplin, cuando buscaba la mirada cómplice de la audiencia.

Imagen N° 5



Fuente: <https://www.nobbot.com/pantallas/meme-distracted-boy/>

Imagen N° 6



Fuente: <https://www.nobbot.com/pantallas/meme-distracted-boy/>

Memeplexe

Los memeplexes son un tipo de meme que se caracterizan por estar integrados por otros memes. Son los grandes conjuntos de memes que se copian de forma asociada, es una combinación de varios memes. Blackmore sugiere que se trata de un asunto en torno al cual propone la existencia de memes complejos, que pueden estar integrados por otros memes más simples. A modo de ejemplo se propone la siguiente imagen.

Imagen N° 7



Fuente: <https://es.memedroid.com/meme>

Imagen N° 8



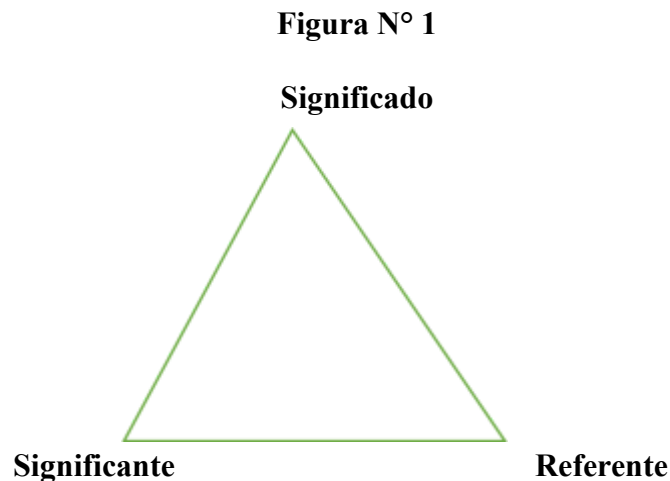
Fuente: <https://www.dopl3r.com/memes/graciosos/7-mirao-memes-de-maradona/345850>

Holomeme

Un holomeme es definido como el repertorio cultural completo de las variaciones que presenta un meme determinado, incluyendo aquellas formas latentes o aún no expresadas plantea Durham, (1991).

Para Gabriel Pérez Salazar (2020), una idea también puede ser objeto de una replicación, y las expresiones observables que se derivan de ella, son lo que nos permiten identificarla. Los holomemes tienen que ver con esto último. El autor, para realizar una explicación específica de holomeme, recurre a un elemento de la semiótica: el signo. Con base en Eco (1980), un signo consiste en un elemento que evoca un significado. Por ejemplo, la palabra caballo. Es necesario compartir el código (en este caso, el idioma

español), para poder tener acceso a lo que quiere decir. La palabra caballo en sí misma, dice este autor, es lo que se ha definido como significante, y que más allá de su significado, está relacionada con un referente, que es la idea general de un caballo. Siguiendo a Sussure, Eco propone en todo signo, la existencia de un triángulo que relaciona sus tres elementos:



Fuente: Eco (1980). Elaboración propia.

Perez Salazar (2020), plantea que todo meme, como todo signo, posee también un significado y un referente como, por ejemplo: la sorpresa, impacto o incredulidad, entre otros. De esta manera, tenemos un significante, que es observable, y un significado, que es compartido por quien domina el código. Dicho sentido es entonces, el significado relacionado con todo significante.

Por un lado, existen holomemes en los que el signo base y el referente tiende a mantenerse relativamente inalterados y, por otro lado, hay casos en los que el signo es el mismo, pero al ser empleado en dos espacios culturales distintos, el referente es muy distinto. Por ejemplo:

Imagen N° 9



Fuente: memegenerator.net

En los espacios de afinidad anglosajones, la imagen N° 9 se asocia con un referente que planea una situación de alguna forma criticable (que se suele colocar como línea superior de texto), pero de la que hay un aparente deslinde a través de la frase final, que se puede traducir como: pero no es de mi incumbencia.

En los entornos de habla española, en cambio, el meme tiene otro referente, en el que ante una situación que se plantea como un deseo, hay una oposición de una realidad que lo impide:

Imagen N° 10



Fuente: <https://me.me/i/avecesqueroirala-trane-de-bano-la-alegría-de-vivir-pero-luego-15662743>

En ambos casos, el signo puede variar y se emplean diversas imágenes de este personaje, sin embargo, en cada campo cultural, los referentes tienden a permanecer relativamente constantes.

Salazar (2020), aclara que en Internet es posible encontrar una gran cantidad de holomemes, que han dado lugar a una amplia variedad de enunciaciones, en las que cada signo puede ser radicalmente distinto.

Capítulo 3. Meme, política y las redes sociales

La política se desarrolla en diferentes espacios y a través de diferentes formas. Por mucho tiempo los medios de comunicación masivos fueron la principal fuente de información sobre política y el mecanismo de intermediación entre gobernantes y gobernados (Rovira, 2017); sin embargo, hoy nos adentramos en una nueva era dónde este contacto también se realiza en el mundo cibernético a través de las redes sociales digitales, dado que éstas se han convertido en una vía rápida y directa para llegar a la ciudadanía y mantener un diálogo permanente con esta.

Internet, al extenderse, compite en la difusión de información con el complejo político-mediático, pero lo hace con una lógica distinta: la lógica de la red, que cambia radicalmente el proceso comunicativo en sus diferentes fases: producción, distribución y recepción de información (Rovira, 2017). Las audiencias se transforman en redes de personas que se conectan entre sí, que filtran información y sitúan aquella que quieren conocer en un ambiente de abundancia informativa.

Hoy se habla de usuarios conectados. Los nuevos ciberespacios pueden definirse como una renovada concepción de la esfera pública, “como un lugar de información, contestación, organización, discusión y lucha política” (Chaves-Montero, 2017). Esta nueva esfera pública se caracteriza por el desplazamiento de los medios de comunicación masivos, la entrada de nuevos grupos en la escena política y la movilización del electorado, así como por un empoderamiento de la ciudadanía. También es importante destacar que la web está desplazando cada vez más los límites entre lo público y lo privado, superponiendo espacios individuales y colectivos (Scolari, 2013).

Los conceptos de “ciberpolítica”, “tecnopolítica” o “política 2.0” son cada vez más utilizados para explicar la forma en que los actores políticos (políticos, representantes y activistas sociales) usan los recursos de Internet (Barassi, 2016). La noción de “política

2.0” es utilizada para referirse al uso que realizan los políticos de las herramientas que ofrece Internet a fin de potenciar su capacidad de estar en contacto con la ciudadanía (sin intermediarios), de escucharla y compartir sus opiniones, lo que implica nuevas formas de relaciones entre gobernantes y gobernados.

Lo que cada vez es más evidente es que las redes sociales digitales se han sumado a los territorios de proselitismo que ya ocupaba la política institucional. Pero sobre todo constituyen un espacio para que “los ciudadanos, con frecuencia más allá e incluso al margen de los partidos, hagan política y publiciten definiciones acerca de los procesos políticos institucionales” (Trejo, 2015).

Este fenómeno amplió el debate previamente existente en torno a las transformaciones que la mediatización introduce en los modos de hacer política (Verón, 1986). Se piensa a las redes sociales como una ampliación del espacio público (Castells, 2009).

El primer y mayor ejemplo de éxito político en el uso de redes sociales fue la campaña presidencial de Barack Obama y su “yes, we can” (sí, podemos) que trajo consigo un triunfo histórico en 2008. Otros políticos que siguieron sus pasos fueron Emmanuel Macron, presidente de Francia; Justin Trudeau, primer ministro de Canadá y Donald Trump, ex presidente de Estados Unidos quien sumó al uso de redes sociales, herramientas de monitoreo del comportamiento social media de sus votantes, a través del Big Data⁵. El ejemplo más cercano, en el plano nacional, lo encontramos con Mauricio Macri y las elecciones del año 2015.

Cada una de las campañas presidenciales triunfadoras mencionadas, utilizaron una estrategia de comunicación particular con sus electorados a través de distintas redes sociales. La forma en que los candidatos se comunicaban con cada uno de ellos era

⁵ Fuente:

<https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/Trump-gano-la-presidencia-con-ayuda-del-big-data-Alexander-Nix-20170906-0149.html>

personalizada, segmentada y de acuerdo a sus intereses: crearon una comunicación de “cara a cara” entre futuros gobernados y futuro gobierno. Si bien el éxito obtenido durante sus campañas lo han tratado de plasmar en sus gestiones presidenciales, la dificultad de comunicarse con el país completo, con cada uno de sus ciudadanos, es el principal obstáculo. La comunicación de “cara a cara” entre gobierno y gobernados, parece ser mucho más difícil que la que tuvieron como candidatos y electorado.

Un gran ejemplo en la utilización de las redes sociales como espacio de conversación y participación ciudadana, real y efectiva, es el del electo primer ministro canadiense⁶ Justin Trudeau, que revolucionó las redes sociales en la última campaña electoral en su país debido al éxito de sus publicaciones en Facebook, Twitter e Instagram. Trudeau tuvo en claro que no basta con tener un perfil de Twitter activo, lo que importa son las propagaciones y las conversaciones que él genera en torno a sus publicaciones. Para lograr dicho objetivo recurrió a realizarse selfies⁷ con sus seguidores, crear memes y contenidos interactivos; es decir, hacer lo que haga falta para que sus ciudadanos no sólo sigan su cuenta, sino que también recuerden sus mensajes.

A partir de estos ejemplos, se pueden percibir las nuevas posibilidades de usabilidad de las redes sociales. Una práctica en la que sus usuarios, sean ciudadanos comunes o políticos, son parte activa de su crecimiento.

Los memes en internet pueden parecer triviales, sin embargo, también contribuyen a articular el discurso público dado que pueden expresar estados de ánimo y de opinión, así como aportar a la discusión política de manera pública (Shifman, 2014). Como afirma Shifman, “la política, tanto en su sentido amplio como la construcción social del poder y

⁶ Nota relacionada: <https://www.infobae.com/tendencias/2016/09/30/el-secreto-de-justin-trudeau-el-primer-politico-viral/>

⁷ Definición del término: Autorretrato fotográfico, que se hace generalmente con una cámara o dispositivo digital.

en su sentido restringido, como un sistema de gobierno está profundamente entrelazada con la construcción y consumo de memes en Internet” (2014, p.119)

Una de las razones por las cuales los memes se convierten en un recurso utilizado en la política es su alcance; esto porque las redes sociales digitales son un conjunto de redes interconectadas en donde lazos fuertes y débiles⁸ conectan a los individuos a través de la interacción social. Shifman (2014) argumenta que los memes son utilizados como una forma de participación política y que esta participación puede clasificarse en tres categorías:

- **Memes como persuasión o defensa política;** refiere al amplio uso de memes en campañas electorales que ha demostrado su capacidad de persuasión.
- **Memes como acción de base;** tiene que ver con el papel central de los memes en la vinculación de lo personal y lo político a fin de potenciar la acción coordinada de los ciudadanos.
- **Memes como modelos de expresión;** esta función tiene que ver con el hecho de que la creación de memes es una ruta accesible, barata y agradable para expresar las opiniones políticas personales.

El potencial crítico del meme político reside en una cultura participativa donde los ciudadanos pueden influir en la opinión pública de manera anónima y resignificando simbólicamente el orden político discursivo. El meme se ha posicionado como una de las formas de expresión más libres de Internet, a través de las diferentes plataformas de redes sociales.

Producidos y publicados por ciudadanos, en su gran mayoría de manera anónima, permiten realizar prácticas de apropiación y resignificación sobre una iconografía socialmente compartida, procedente de la memoria colectiva y los imaginarios sociales.

⁸Mark S. Granovetter (1973) plantea que el grado de coincidencia entre dos sistemas individuales varía directamente según la fuerza que los une o vincula entre sí

El humor, la ironía, la parodia, la metáfora, la yuxtaposición, entre otras, son habituales formas de generar contenidos críticos, formas de resignificar el status quo, el poder mediático o el sistema de valores de una sociedad. El meme puede ser considerado banal, pero también es un arma política para el ejercicio crítico ciudadano.

En medio de esta libertad expresiva del meme, en ocasiones presenta tintes violentos, discriminatorios y posiciones extremas. Sin embargo, siguiendo a Zuboff, responde a una necesidad expresiva y realiza una función catalizadora de frustraciones y descontento sociopolítico en el escaso margen que el capitalismo y los regímenes del capitalismo de vigilancia han dejado a la libertad de expresión política ciudadana (Zuboff, 2020).

Capítulo 4. Diseño Metodológico

Como ya se planteó anteriormente, el método de estudio utilizado para conocer el contenido y comportamiento de los memes durante la campaña electoral PASO de Mauricio Macri a partir de la manifestación efímera de “No se inunda más”, va a consistir en una técnica mixta de recogida de datos y otra de análisis. Por una parte, se realizará un estudio cuantitativo observando los hashtag, la cantidad de me gusta y de retweets de cada meme, para posteriormente avanzar a un estudio cualitativo, seleccionando los 10 memes con mayor alcance en su amplificación y reconocimiento, realizando en ellos un análisis de contenido: conjunto de procedimientos y de técnicas de comprobación y de verificación de hipótesis aplicados a mensajes, textos o discursos para extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones que puedan darse en su empleo posterior.

Es así que, se analizarán y compararán bajo los hashtags #Macri, #NoSeInundaMas, #NoSeInundaMasCarajo, #MacriGato y #MacriCat los memes más viralizados. Dicho análisis se llevará a cabo utilizando las variantes y clases de memes planteados en los capítulos N°3 y N°4 del presente trabajo, mientras que para los mensajes contenidos en los memes se trabajará desde el análisis de discurso propuesto por Mijail Bajtín (1982), quien divide el contenido del discurso en tres características: composición (cómo está organizado), estilo (qué recursos utiliza) y temática (de qué se habla).

Dentro de la composición del discurso y la imagen, utilizaremos las herramientas de análisis propuesta por Rafael del Villar (2000):

- Código Organizacional: aquí se incluyen los encuadres (porción de la realidad que se quiere registrar, además de la verticalidad u horizontalidad de la foto), planos (lejanía o cercanía de la cámara respecto del objeto) y angulaciones (inclinación de la cámara con respecto al objeto).
- Código Narrativo: lo que narra la imagen, su puesta en escena.

- Código Cromático: colores usados en el meme además de la saturación (pureza del color respecto al gris) y del brillo (gradaciones tonales).
- Código Escritural: tratamiento de las letras o tipografías.

Respecto de los recursos de estilo en el análisis de discurso, se encuentran:

- Aliteración. Consiste en repetir uno o varios fonemas con la intención de expresar una idea o producir efectos sensoriales.
- Onomatopeya. Es una variante de la aliteración que consiste en imitar los ruidos que existen en la naturaleza.
- Paronomasia. Es la proximidad de palabras que tienen sonidos parecidos pero significados distintos.
- Similicadencia. Consiste en colocar de forma próxima palabras que poseen sonidos semejantes.
- Palíndromía. Consiste en construir frases de manera que se lean igual de izquierda a derecha que de derecha a izquierda.

Respecto de los recursos semánticos (relación que existe entre el significado y el significante de las palabras) en el análisis del discurso, se dividen en:

- Comparación. Consiste en relacionar dos palabras cuyos significados tienen algún parecido. Comparar una idea con otra más conocida, más clara o expresiva.
- Metáfora. Es el recurso que consiste en identificar una palabra con otra. Sustituir una idea por otra más expresiva. Si a una comparación le quitamos el enlace comparativo (como...) la convertimos en metáfora.
- Alegoría. Es una metáfora continuada a lo largo de un poema.
- Metonimia. Consiste en designar algo con otro nombre, basándose en la relación de sus significados.
- Antítesis. Consiste en relacionar dos palabras que se oponen entre sí.

- Personificación o Prosopopeya. Consiste en atribuir cualidades humanas a los seres inanimados o irracionales.
- Apóstrofe. Consiste en dirigir exclamaciones o preguntas a seres animados o inanimados.
- Hipérbole. Es una exageración desmesurada de las cualidades o acciones.
- Juego de palabras. Consiste en utilizar dos o más palabras que se escriben o se pronuncian igual, pero tienen significados diferentes.
- Calambur. Es el juego de palabras que consiste en juntar las sílabas de dos palabras diferentes para formar una nueva; o separar las sílabas de una palabra y obtener una nueva.
- Dilogía. Es un juego de palabras que consiste en utilizar una palabra con dos o más significados a la vez.
- Enumeración. Es el recurso que consiste en acumular sustantivos para describir algo.
- Epíteto. Es la utilización de adjetivos que generalmente se colocan delante de los sustantivos para añadirles viveza y colorido; pero que no añaden ningún significado.
- Hipérbaton. Consiste en cambiar el orden normal de las palabras de una oración.
- Anáfora. Consiste en repetir una o varias palabras al principio de las oraciones.
- Quiasmo. Consiste en combinar las clases de palabras en una oración dos a dos siguiendo el esquema ABBA (sustantivo-adjetivo-adjetivo-sustantivo).
- Asíndeton. Es la supresión intencionada de las conjunciones o nexos que unen oraciones o palabras.
- Polisíndeton. Es la unión innecesaria de varias oraciones o palabras con nexos.

- Paralelismo. Consiste en distribuir paralelamente palabras, sintagmas y oraciones, para conseguir un efecto rítmico.
- Elipsis. Se produce cuando se suprime algún elemento de la oración porque se sobreentiende.

Por último, se clasificará y analizará a los memes respecto a su temática y tono de su contenido. A saber:

- Tono argumentativo: defiende una idea o postura aportando razones que lo justifiquen.
- Tono agresivo: contenido que ofende a un tercero, ejemplo un insulto.
- Tono persuasivo: convence al lector que acepte un punto de vista o postura. Difiere del tono argumentativo pues trata de influenciar en la opinión del receptor.
- Tono humorístico: resalta algo cómico de una situación o persona. Hacer reír es su finalidad central.
- Tono irónico: burla, crítica o denuncia a un tercero sin expresarlo de manera explícita.
- Tono de identificación: apoya a un personaje o situación.
- Tono burlesco: parodia o exagera rasgos de una persona, tema o situación con el fin de ridiculizar.
- Tono sarcástico: crítica indirecta, mordaz y hasta cruel a una persona o situación.

Las diferentes variables y categorías aquí presentadas acompañarán el siguiente capítulo de análisis, el que, aplicando una técnica mixta de observación de datos e interpretación de características presentes en los memes, buscará descubrir la real influencia de éstos durante la manifestación efímera “No se inunda más” de Mauricio Macri en la campaña electoral PASO del año 2019.

Capítulo 5. Análisis

El siguiente capítulo muestra el análisis de los resultados obtenidos en el estudio de 178 memes recopilados bajo los hashtags antes mencionados, desde el día 06 de Agosto de 2019 (fecha en la que el entonces Presidente, Mauricio Macri, dijo la renombrada frase) hasta el 10 de Diciembre de 2019 (fecha de asunción del nuevo Presidente, Alberto Fernández), de los cuales los 10 memes con mayor alcance serán seleccionados para un posterior análisis detallado.

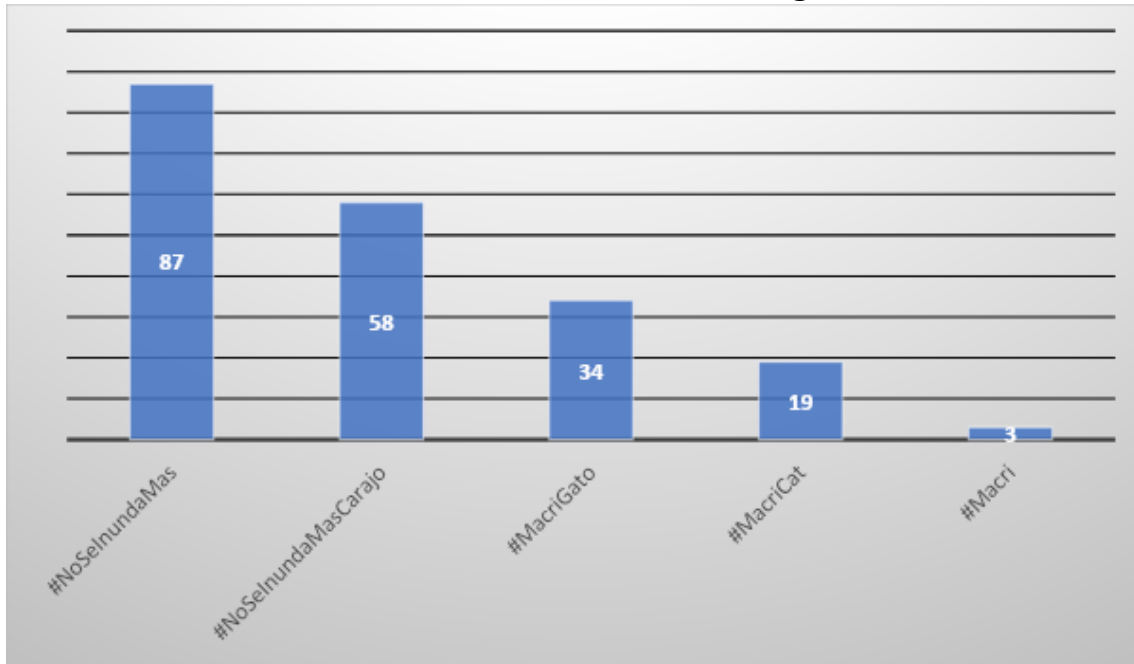
Análisis Cuantitativo

Diversas variantes cuantitativas están presentes constantemente en las publicaciones de Twitter, siendo una de las más importantes los llamados “hashtag”. Son una herramienta de comunicación utilizada fundamentalmente en publicaciones (de texto, videos, audios, imágenes, etc.) en las redes sociales, para organizar, clasificar o agrupar las publicaciones de acuerdo con su tema o contenido.

Estos hashtags facilitan no solo la ubicación del tweet, sino el intercambio de información o contenidos entre distintos usuarios, sobre determinados temas o acontecimientos.

En el presente estudio, los hashtags #Macri, #NoSeInundaMas, #NoSeInundaMasCarajo, #MacriGato y #MacriCat fueron las etiquetas y tendencias que agruparon distintas conversaciones en Twitter desde el día 06 de Agosto de 2019 hasta el 10 de Diciembre de 2019, de ellas, se rescataron 178 publicaciones que estuvieron acompañadas de memes.

Gráfico N° 1: Cuantificación de los hashtags más utilizados

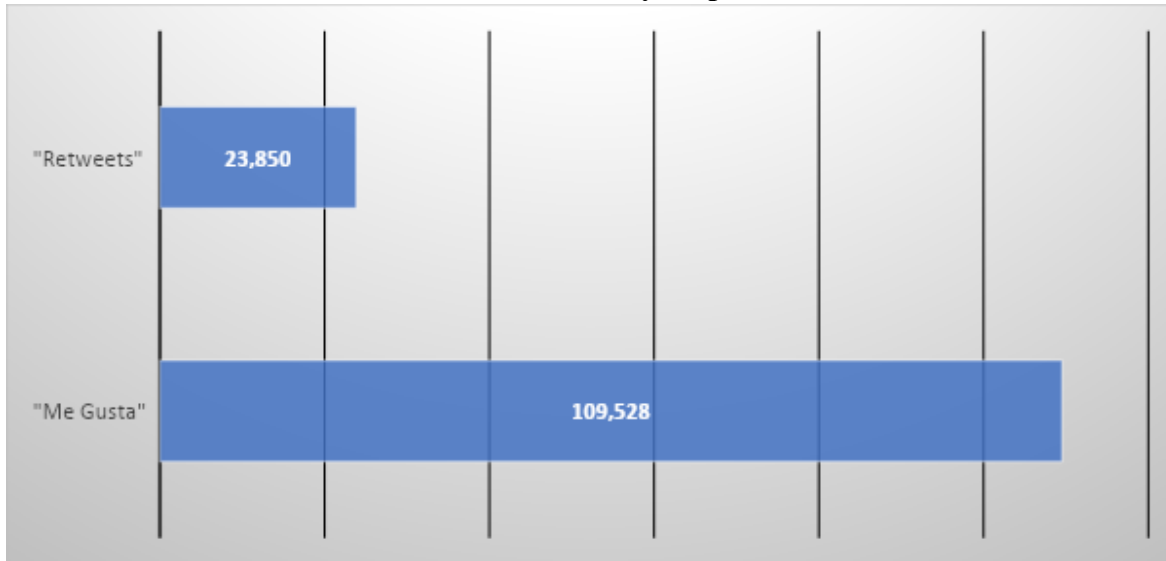


Fuente: Elaboración propia.

Los hashtags #NoSeInundaMas (87) y #NoSeInundaMasCarajo (58) fueron los más utilizados en las publicaciones con memes en el lapso temporal comprendido por el recorte de la muestra. Mientras que #MacriGato (34), #MacriCat (19) y #Macri (3) son etiquetas que generalmente se utilizan para nombrar a Mauricio Macri, son fáciles de recordar y utilizables en diferentes contextos. Cabe aclarar que muchos de los memes analizados fueron publicados con más de un hashtag.

Otras variantes cuantitativas que otorga Twitter corresponden a los “me gusta” y “retweets” de cada publicación. Estas opciones permiten la aceptación y replicación de los tweets presentados. El siguiente gráfico muestra el resultado global de “me gusta” (reconocimiento) y “retweets” (amplificación) de los 178 que componen el trabajo:

Gráfico N° 2: Reconocimiento y amplificación de los memes



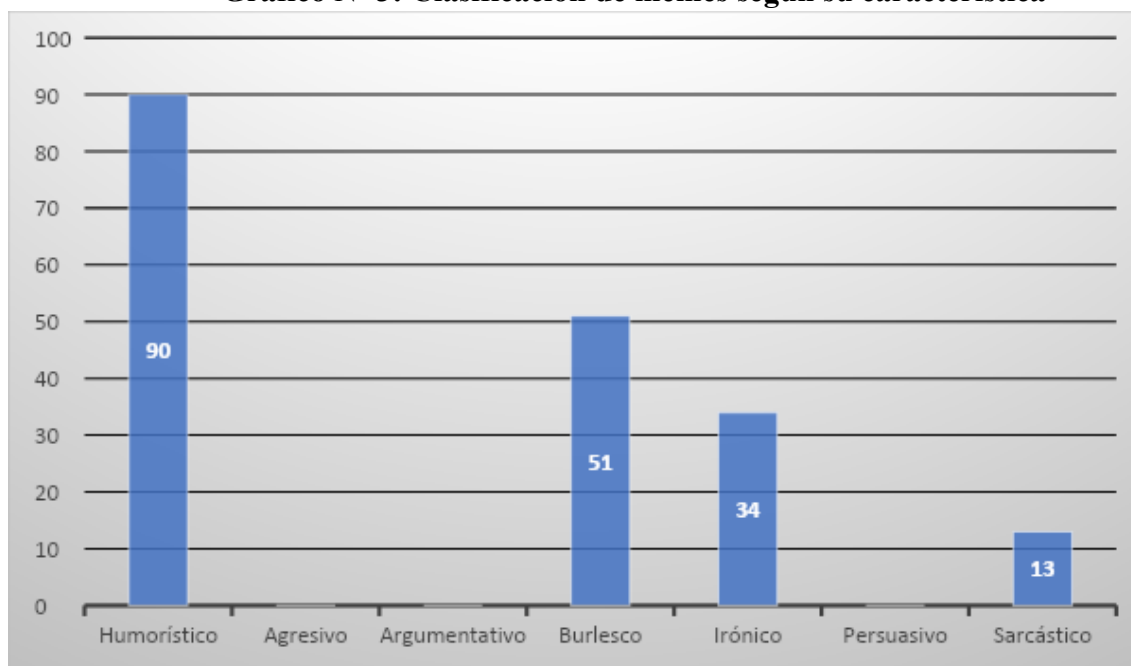
Fuente: Elaboración propia.

En base a los datos recabados en el gráfico N°2 se puede concluir que con 109.528 “me gusta” frente a 23.850 “retweets” hay mayor reconocimiento que ampliación en los memes analizados.

Bajo las distintas etiquetas seleccionadas, las cifras muestran una mejor aceptación por sobre una replicación de los mensajes iconográficos, lo que significa que los usuarios expuestos a los distintos memes prefieren reaccionar con la acción de reconocimiento que implica un “me gusta”, que reaccionar a ellos replicando el contenido para ampliar su alcance a través del “retweet”.

Sumado a estas variables numéricas que otorga Twitter, se clasificó a los memes en distintas categorías para conocer las características más usadas en su contenido. El Gráfico N°3 muestra una clasificación de los memes respecto del tono de su contenido, variante explicada en el capítulo anterior, lo cual demostrará las características de los memes seleccionados para este estudio.

Gráfico N° 3: Clasificación de memes según su característica

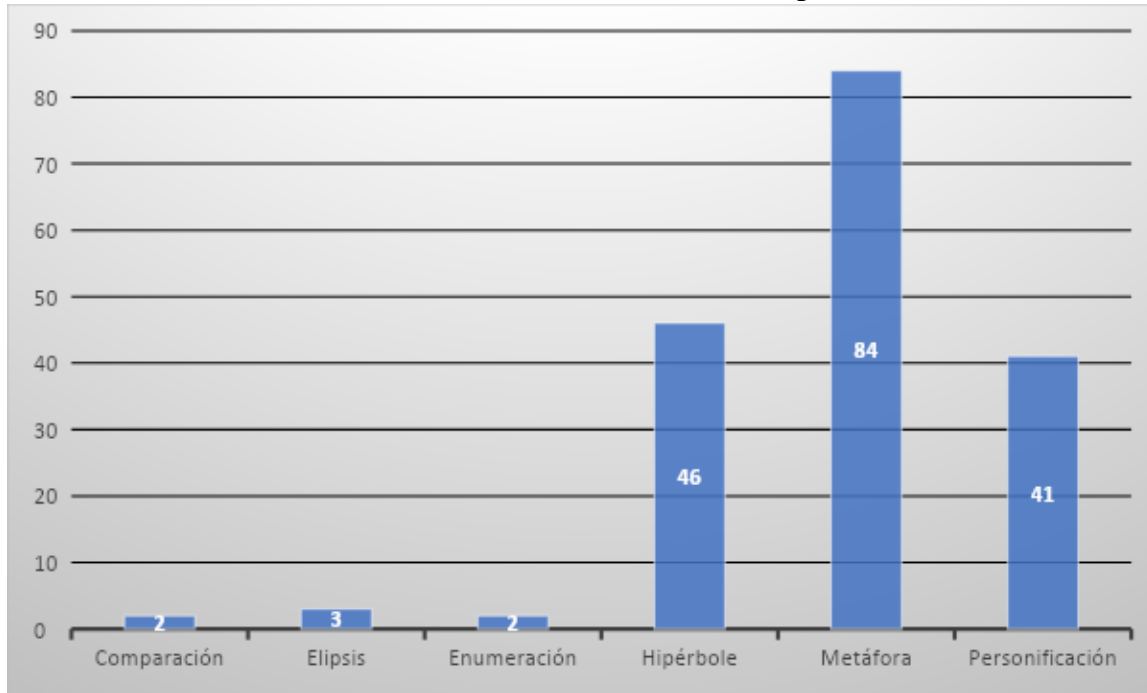


Fuente: Elaboración propia

Cada característica expuesta en este gráfico corresponde al resultado del análisis de los memes respecto a su temática y tono del contenido, presente en la imagen y texto de cada uno de ellos. De éstas, la característica más recurrente en los distintos contenidos fue el humor. De los 178 memes analizados bajo las etiquetas seleccionadas, 90 presentan al humor como componente principal. Esta cifra nos recuerda a las afirmaciones de Lucia Castagno, quien plantea al humor como uno de los condimentos indispensables para que un meme sea exitoso. Es necesario aclarar que varios de los memes analizados compartían más de una característica, así, un mismo meme podría ser humorístico y burlesco.

Otra clasificación cuantitativa utilizado en este estudio responde a la clasificación por figura del lenguaje, como técnicas de estilo también detalladas en el capítulo anterior, que están presentes en el texto que acompaña la elaboración del contenido de los memes y que enumera el siguiente gráfico:

Gráfico N° 4: Clasificación de memes respecto a su estilo



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico N°4 muestra los resultados de una clasificación de los memes por su estilo, lo que permite reconocer cuantitativamente la utilización de figuras del lenguaje presente en los memes. De este recuadro es posible rescatar que las figuras más utilizadas fueron la Metáfora (84) y la Hipérbole (46). Este resultado muestra que la figura de la metáfora permite extrapolar esta exageración a otros hechos, a otras personas y otras realidades. La utilización de esta figura trae al presente situaciones meméticas del pasado, ya instaladas en el inconsciente colectivo de las conversaciones de la web y redes sociales. El éxito de la viralización de un nuevo meme está altamente asegurado si se utiliza la metáfora, la acción de usar y recontextualizar imágenes externas que cuenten ya con una alta carga significativa.

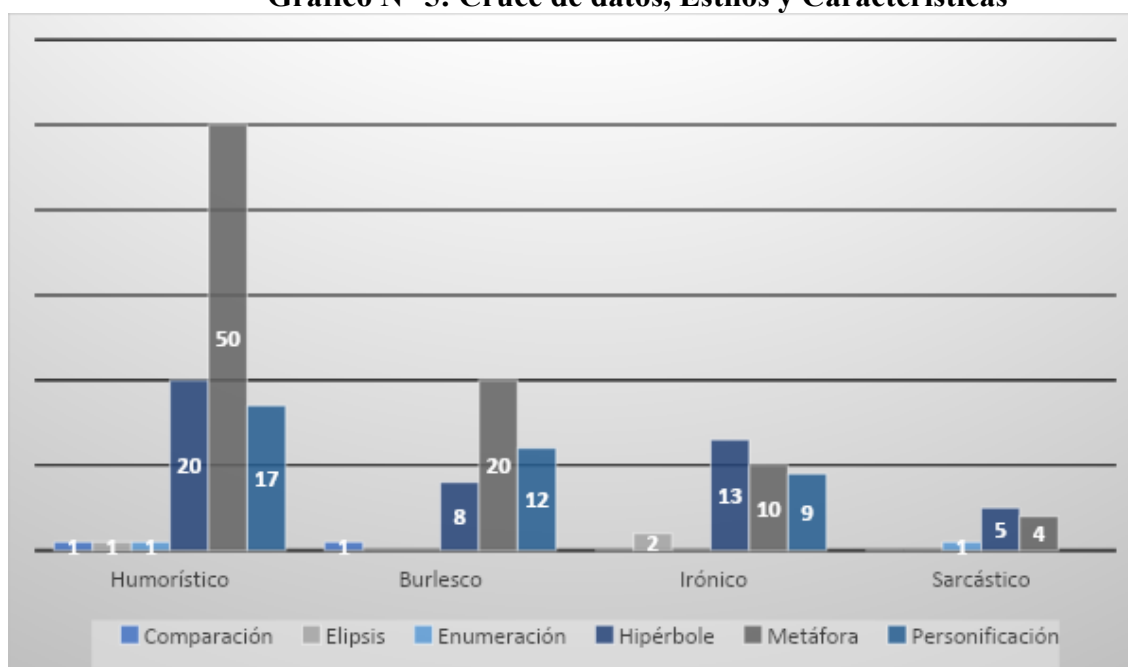
La figura de la hipérbole (la utilización de la exageración de situaciones y de contenido), por su parte, comprende también una de las técnicas más utilizadas a la hora de generar un meme: ridiculizar a los protagonistas y vincularlos con hechos que los comprometen incluso moralmente, son una de las acciones preferidas a la hora de crear o propagar un meme.

Cuadro N° 1: Cruce de datos, Estilos y Características

Características	Estilos					
	Comparación	Elipsis	Enumeración	Hipérbole	Metáfora	Personificación
Humorístico	1	1	1	20	50	17
Burlesco	1			8	20	12
Irónico		2		13	10	9
Sarcástico			1	5	4	3

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 5: Cruce de datos, Estilos y Características



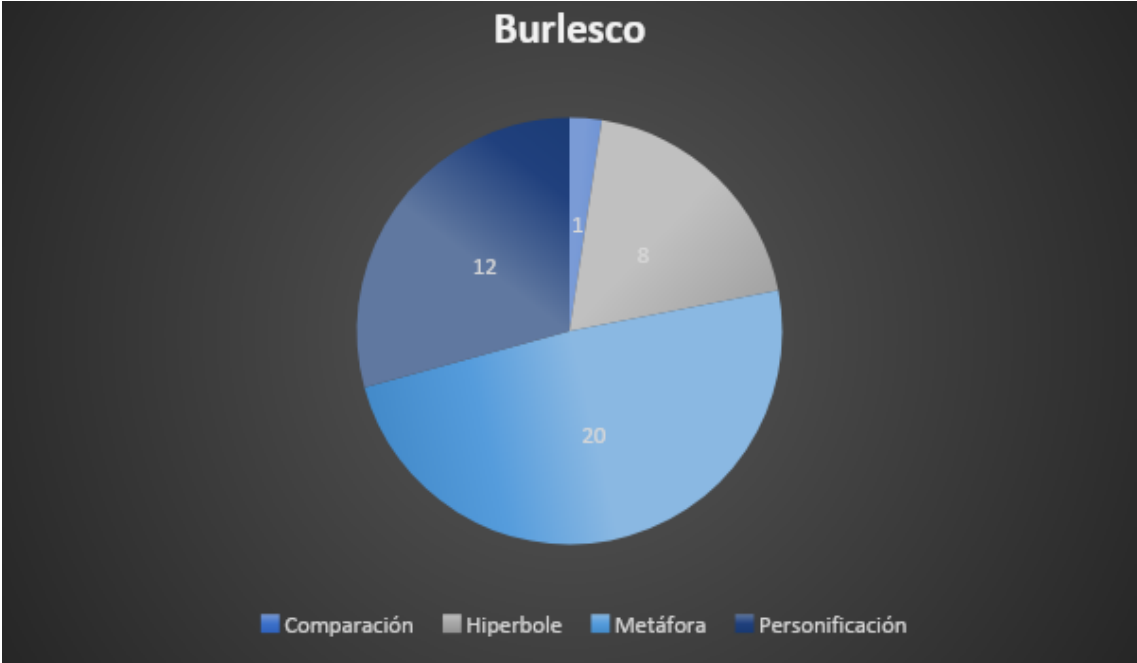
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 6: Cruce de datos entre Característica Humorístico y Estilo



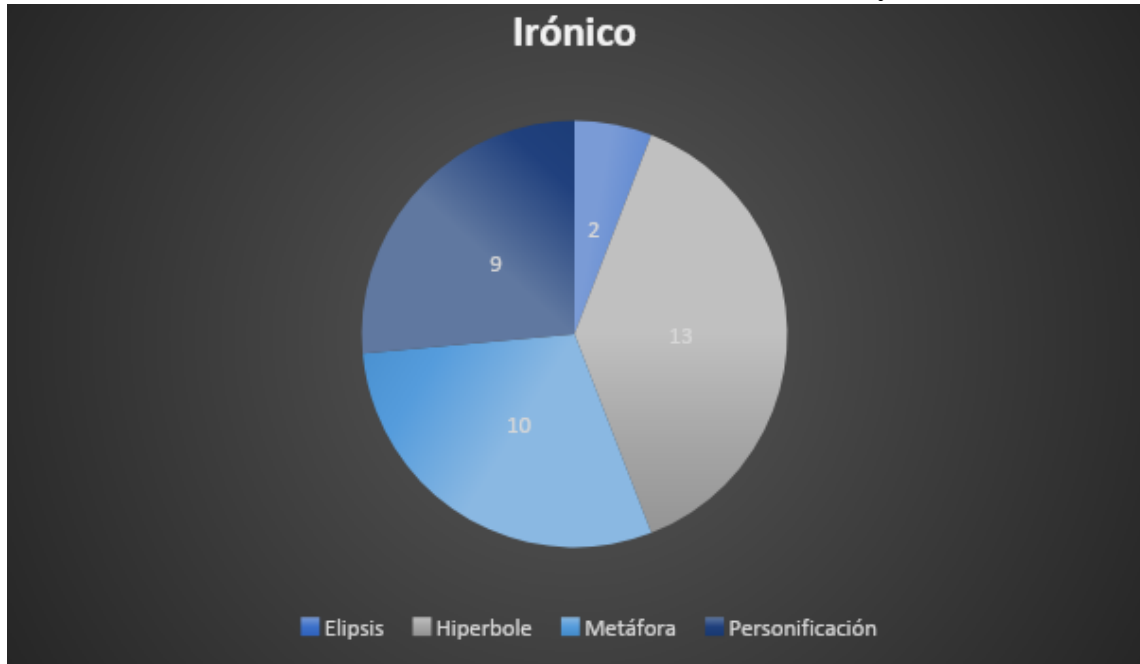
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°7: Cruce de datos entre Característica Burlesco y Estilos.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 8: Cruce de datos entre Característica Irónico y Estilos



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 9: Cruce de datos entre Característica Sarcástico y Estilos



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N°1 y los Gráficos N° 5, 6, 7, 8 y 9 se muestran los resultados obtenidos en el cruce de datos entre las dimensiones de Estilos y Características presentes en los memes analizados en el trabajo actual. En la tabla, cada celda contiene la cantidad

de memes que corresponden a cada cruce de dimensiones. Por su parte, los gráficos muestran en detalle cada uno de esos cruces entre Estilos y Características.

A partir de esto, podemos observar que la mayor cantidad de memes se da en el cruce entre las dimensiones de Estilo Metáfora y Característica Humorístico, con un total de 50 sobre los 178 memes estudiados.

Análisis Cualitativo

El siguiente punto del presente capítulo muestra el análisis cualitativo de los 10 memes con mayor reconocimiento y amplificación de esta investigación. En cada uno de ellos se detallarán en primera instancia sus variantes cuantitativas para dar paso a un análisis cualitativo de sus componentes.

Meme N° 1



Este meme fue publicado el día 6 de Agosto del año 2019. Obtuvo 57.700 me gusta y 17.500 retweets, convirtiéndose en el meme más popular y con mayor alcance del presente trabajo, la publicación se realizó desde la cuenta @_NicMontenegro, usuario de Twitter que cuenta con 3740 seguidores.

En base a la composición del meme, se puede observar que utiliza el humor y la identificación como puntos de partida. Es un Holomeme cuyas variantes se puede catalogar como: Fidelidad de Replicadores, ya que cuenta con una reducida variación y alta fidelidad original; Fecundidad Volátil, porque duró poco tiempo en circulación; Longevidad Epidérmicos, ya que tuvo una muy rápida propagación y es de Alcance local. Es un meme de Imagen Estática, puntualmente Imagen adyacente a texto. Desde la participación política se puede identificar a dicho meme como Modelo de Expresión. En él prevalece el código Narrativo y Escritural.

Tabla conceptual sobre Meme N°1

Característica	Estilo	Tipo	Variante	Recurso	Código	Categoría desde la participación política
Humorístico	Personificación	Holomeme	Fidelidad: Replicadores, Fecundidad: Volátil, Longevidad: Epidérmico, Alcance: local.	Imagen Estática, Imagen adyacente a texto.	Narrativo y Escritural.	Modelo de expresión.

Fuente: Elaboración propia.

Meme N° 2



Este meme fue publicado el día 07 de Agosto del Año 2019. Obtuvo 17.000 me gusta y 2578 retweets. La publicación se realizó desde la cuenta de @SantiKorovsky, usuario de Twitter que cuenta con 37.117 seguidores.

En base a la composición del meme se puede observar que utiliza el humor como punto de partida. Es un Holomeme, cuyas variantes se pueden identificar como: Fidelidad Metamórficos, ya que posee una alta mutación y recombinación con respecto al meme original; Fecundidad Volátil, ya que duró poco tiempo circulando; Longevidad Epidérmicos, porque tuvo una rápida propagación y es de Alcance Local. Es un meme de Imagen Estática, puntualmente Imagen Secuencial. Desde la participación política se puede identificar a dicho meme como modelo de expresión. En este meme prevalece el código narrativo y escritural.

Tabla conceptual sobre Meme N°2

Característica	Estilo	Tipo	Variante	Recurso	Código	Categoría desde la participación política
Humorístico	Metáfora	Holomeme	Fidelidad: Metamórfico, Fecundidad: Volátil, Longevidad: Epidérmico, Alcance: Local	Imagen Estática, Imagen secuencial	Narrativo y Escritural	Modelo de expresión

Fuente: Elaboración propia.

Meme N° 3



Este meme fue publicado el día 06 de Agosto del año 2019. Obtuvo un total de 15.035 me gusta y 304 retweets. La publicación se realizó desde la cuenta de twitter @Alesitoide, usuario que tiene 21.097 seguidores.

En base a la composición del meme, se puede observar que utiliza el humor como punto de partida. Es un Holomeme, cuyas variantes se pueden identificar como: Fidelidad Metamórfico, por su mutación con respecto al original; Fecundidad Volátil, por su corta duración en el tiempo; Longevidad Epidérmicos, por su rápida propagación y es de Alcance Local. Es una imagen estática, puntualmente Imagen con Texto Incrustado. Desde la participación política, se puede identificar a dicho meme como modelo de expresión. En este meme prevalece el código narrativo y escritural.

Tabla conceptual sobre Meme N°3

Característica	Estilo	Tipo	Variante	Recurso	Código	Categoría desde la participación política
Humorístico	Metáfora	Holomeme	Fidelidad: Metamórfico, Fecundidad: Volátil, Longevidad: Epidérmico, Alcance: Local	Imagen Estática, Imagen con texto incrustado	Narrativo y Escritural	Como Modelo de Expresión

Fuente: Elaboración propia.

Meme N° 4



Este meme fue publicado el día 04 de Noviembre de 2019. Obtuvo 12.120 Me Gusta y 300 retweets. La publicación se realizó desde la cuenta oficial de @EameoOk, usuario muy popular en Argentina con 672.254 seguidores, la misma es una cuenta dedicada a la creación de memes sobre acontecimientos locales e internacionales. El contexto en el que se publicó dicho meme fue una gran inundación que tuvo lugar en la ciudad de Buenos Aires ese mismo día.

En base a la composición del meme, se puede observar que utiliza el humor y la identificación como puntos de partida. Es un holomeme, cuyas variantes se pueden identificar como: Fidelidad Replicadores, ya que posee una reducida variación y alta fidelidad original; Fecundidad Volátil, por su corta duración en el tiempo; Longevidad

Epidérmicos, por su rápida propagación y su Alcance es Local. Es una imagen estática. Desde la participación política se puede identificar a dicho meme como acción de base y como modelo de expresión. En este meme prevalece el código organizacional y narrativo.

Tabla conceptual sobre Meme N° 4

Característica	Estilo	Tipo	Variante	Recurso	Código	Categoría desde la participación política
Humorístico e Irónico	Hiperbólico	Holomeme	Fidelidad: Replicadores, Fecundidad: Volátil, Longevidad: Epidérmico, Alcance: Local	Imagen Estática	Organizacional y narrativo	Meme como acción de base y como modelo de expresión

Fuente: Elaboración propia.

Meme N° 5

Cuando logras arreglar el
caño de la pileta del baño



Este meme fue publicado el día 08 de Agosto del año 2019. Obtuvo un total de 10.000 me gusta y 1.563 retweets. La publicación se realizó desde la cuenta de Twitter @Etupito, usuario que cuenta con 59.822 seguidores. En base a las publicaciones que se realizan desde esta cuenta se percibe que está en contra de las medidas que se tomaron durante el gobierno de Mauricio Macri.

Con respecto a la composición del meme, se puede observar que utiliza el humor y la identificación como puntos de partida. Es un Holomeme, cuyas variantes se pueden identificar como: Fidelidad Replicadores, por su reducida variación y alta fidelidad original; Fecundidad Volátil, por su corta duración en el tiempo; Longevidad Epidérmico,

por su rápida propagación y su Alcance es Local. Es una imagen estática, específicamente Imagen con Texto Incrustado. Desde la participación política, se puede identificar a dicho meme como Acción de Base y como Modelo de Expresión. En este meme prevalece el código Narrativo y Escritural.

Tabla conceptual sobre Meme N° 5

Característica	Estilo	Tipo	Variante	Recurso	Código	Categoría desde la participación política
Humorístico	Personalización	Holome	Fidelidad: Replicadores, Fecundidad: Volátil, Longevidad: Epidérmico, Alcance: Local	Imagen Estática, Imagen con Texto Incrustado	Narrativo y Escritural	Como Acción de base y como Modelo de Expresión

Fuente: Elaboración propia.

Meme N° 6

"No se inunda más!
Nonse inunda más!
Carajo.
No se inunda más".
Moises. Egipto. Siglo XIII a.C.



Este meme fue publicado el día 06 de Agosto del año 2019. Obtuvo un total de 9.015 me gusta y 1006 retweets. La publicación se realizó desde la cuenta de Twitter @FernandoCasullo, usuario que cuenta con 15.866 seguidores.

Con respecto a la composición del meme, se puede observar que utiliza el humor como punto de partida. Es un Holomeme, cuyas variantes se pueden identificar como: Fidelidad Metamórfico, ya que posee una alta mutación y combinación con respecto al original; Fecundidad Volátil por su corta duración en el tiempo; Longevidad Epidérmicos,

por su rápida propagación y su Alcance es Local. Es una imagen estática, específicamente Imagen Adyacente a Texto. Desde la participación política, se puede identificar a dicho meme como modelo de expresión. En este meme prevalece el código Narrativo y Escritural.

Tabla conceptual sobre Meme N° 6

Característica	Estilo	Tipo	Variante	Recurso	Código	Categoría desde la participación política
Humorístico	Metáfora	Holomeme	Fidelidad: Metamórfico , Fecundidad: Volátil, Longevidad: Epidérmico, Alcance: Local	Imagen Estática, Imagen Adyacente a texto	Narrativo y Escritural	Como Modelo de Expresión

Fuente: Elaboración propia.

Meme N° 7

- NO SE INUNDA
MAAAAAAASSSSSSSSSS
- Sí, Sr. Macri, nada se inunda más

#NoSeInundaMas



Este meme fue publicado el día 06 de Agosto. Obtuvo un total de 8.128 me gusta y 298 retweets. La publicación se realizó desde la cuenta de Twitter de @Lalii_PR, usuario que cuenta con 288 seguidores. En su descripción aclara que es militante del partido La Cámpora, grupo político argentino identificado con el peronismo.

Con respecto a la composición del meme, se puede observar que utiliza el humor como punto de partida. Es un Holomeme, cuyas variantes se pueden identificar como: Fidelidad Metamórfico, por su mutación y recombinación con respecto al original; Fecundidad Volátil, por su corta duración en el tiempo; Longevidad Epidérmico, por su rápida propagación y es de Alcance Local. Es una imagen estática, específicamente imagen Adyacente a Texto. Desde la participación política se puede identificar a dicho meme como modelo de expresión y como acción de base. En este meme prevalece el código Narrativo y Escritural.

Tabla Conceptual sobre Meme N° 7

Característica	Estilo	Tipo	Variante	Recurso	Código	Categoría desde la participación política
Humorístico	Metáfora	Holomeme	Fidelidad: Metamórfico, Fecundidad: Volátil, Longevidad: Epidérmico, Alcance: Local	Imagen Estática, Imagen adyacente a texto	Narrativo y Escritural	Como Modelo de Expresión y como Acción de base

Fuente: Elaboración propia.

Meme N° 8

- No se **inunda** más, carajo! No se **inunda** más!



Este meme fue publicado el día 07 de Agosto del año 2019. Obtuvo un total de 2.400 me gusta y 690 retweets. La publicación se realizó desde la cuenta de Twitter @Pulises73, usuario que cuenta con 4.407 seguidores.

Con respecto a la composición del meme, se puede observar que utiliza el humor como punto de partida. Es un Holomeme, cuyas variantes se pueden identificar como: Fidelidad Replicadores, por su reducida variación con respecto al original; Fecundidad Volátil, por su corta duración en el tiempo, Longevidad Epidérmico por su rápida propagación y su Alcance es Local. Es una imagen estática, específicamente Imagen Adyacente a Texto. Desde la participación política, se puede identificar a dicho meme

como modelo de expresión y como persuasión política. En este meme prevalece el código Narrativo y Escritural.

Tabla conceptual sobre Meme N°8

Característica	Estilo	Tipo	Variante	Recurso	Código	Categoría desde la participación política
Humorístico	Hipérbole	Holomeme	Fidelidad Replicadores, Fecundidad: Volátil, Longevidad: Epidérmico, Alcance: Local	Imagen Estática, Imagen adyacente a texto	Narrativo y Escritural	Como Modelo de Expresión y como Persuasión Política

Fuente: Elaboración propia.

Meme N° 9

- ¡Milhouse!
- ¡Queeeé...!
- ¡No se inunda más!



Este meme fue publicado el 06 de Agosto del año 2019. Obtuvo un total de 1500 me gusta y 174 retweets. La publicación se realizó desde la cuenta de Twitter @MartinezLuque, usuario que cuenta con 1828 seguidores. Esta persona, al momento de la publicación, se desempeñaba como funcionario del expresidente Mauricio Macri. Puntualmente era director de Gestión en Deportes de la Nación.

Con respecto a la composición del meme, se puede observar que utiliza el humor como punto de partida. Es un Holomeme, cuyas variantes se pueden identificar como:

Fidelidad Metamórfico, por su alta mutación y recombinación con respecto al original, Fecundidad Volátil; por su corta duración en el tiempo; Longevidad Fecundos, por su lenta propagación y su Alcance es Local. Es una Imagen en Movimiento, específicamente una Producción Audiovisual parcialmente Metamórfico (este meme replica un capítulo de la serie animada Los Simpson en el que Homero, gritando, le consulta desde su ventana al amigo de su hijo si había visto a Bart. En el meme mencionado cuando Homero se acerca a la ventana y comienza a hablar, en lugar de su voz, se escucha el audio de Mauricio Macri gritando eufóricamente “¡No se inunda más!”). Desde la participación política, se puede identificar dicho meme como modelo de expresión y como acción de base. Aquí prevalece el código narrativo.

Tabla conceptual sobre Meme N°9

Característica	Estilo	Tipo	Variante	Recurso	Código	Categoría desde la participación política
Humorístico	Metáfora	Holome me	Fidelidad: Metamórfico, Fecundidad: Volátil, Longevidad: Fecundo, Alcance: Local	Imagen en Movimiento, Producción Audiovisual parcialmente Metamórfico	Narrativo	Como Modelo de Expresión y como Acción de base

Fuente: Elaboración propia.

Meme N°10



Este meme fue publicado el día 06 de Agosto. Obtuvo un total de 500 me gusta y 38 retweets. La publicación se realizó desde la cuenta de Twitter @Solchu_718, usuario que cuenta con 126 seguidores.

Con respecto a la composición del meme, se puede observar que utiliza el humor como punto de partida. Es un Holomeme, cuyas variantes se pueden identificar como: Fidelidad Replicadores, por su reducida variación y fidelidad con el original; Fecundidad Volátil por su corta duración en el tiempo; Longevidad Fecundo, por su lenta propagación y su Alcance es Local. Es una Imagen estática, específicamente Imagen con Texto Incrustado. Desde la participación política, se puede identificar dicho meme como modelo de expresión y como persuasión política. En este meme prevalece el código Narrativo y Escritural.

Tabla conceptual sobre Meme N°10

Característica	Estilo	Tipo	Variante	Recurso	Código	Categoría desde la participación política
Humorístico	Hipérbole	Holomeme	Fidelidad: Replicadores, Fecundidad: Volátil, Longevidad: Fecundo, Alcance: Local	Imagen Estática, Imagen con Texto Incrustado	Narrativo y Escritural	Como Modelo de Expresión y Persuasión Política

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 7. Reflexiones Finales

Si bien se ha presentado al meme como una herramienta digital ampliamente utilizada hoy en día por millones de usuarios de redes sociales, este estudio analiza al meme desde su perfil político y comunicacional como un difusor de ideas para incidir en la conversación política digital.

A partir del análisis de los 178 memes que surgieron como respuesta a la manifestación efímera que tuvo lugar el día 06 de Agosto del año 2019, cuando el entonces Presidente de la Nación Argentina, Mauricio Macri, asegurara eufóricamente que “No se inunda más, carajos” una Avenida de la ciudad de Buenos Aires, refaccionada durante los años en los que se desempeñó como jefe de Gobierno Porteño; se pueden plantear algunas conclusiones:

- Con 109.528 “me gusta” frente a 23.850 “retweets”, se observa que hay mayor reconocimiento que ampliación en los memes analizados. Las cifras muestran una mejor aceptación por sobre una replicación de los mensajes iconográficos, lo que significa que los usuarios expuestos a los distintos memes prefieren reaccionar con la acción de reconocimiento que implica un “me gusta”, que reaccionar a ellos replicando el contenido para ampliar su alcance a través del “retweet”.
- La característica más recurrente fue el humor. De los 178 memes analizados bajo las etiquetas seleccionadas, 90 presentan al humor como componente principal.
- La exageración y comparación con otras situaciones humorísticas fueron parte mayoritaria de la estrategia de propagación de los contenidos. Las figuras más utilizadas fueron la Metáfora (84) y la Hipérbole (46).
- A partir del cruce de datos obtenidos entre Estilos y Características, se observa que la mayor cantidad de memes se presenta en el cruce entre las dimensiones de Estilo Metáfora y Característica Humorístico.

- En la mayoría de los memes prevalece el texto, el código narrativo y escritural como función de anclaje.
- Los 10 memes con mayor amplificación y reconocimiento que fueron analizados corresponden al tipo Holomeme.
- Con respecto a las variantes de los memes en estudio, el 50% poseen Fidelidad Metamórficos y el 50% restante Replicadores, la mayoría poseen una Fecundidad Volátil, Longevidad Epidérmicos y son de Alcance Local.
- La categoría desde la participación política que más se emplea en los memes del estudio es Participación política como Modelo de Expresión.
- En la mayoría de los memes el recurso más utilizado es la Imagen Estática, específicamente Imagen Adyacente a texto.

Si bien no es posible vislumbrar una estrategia detrás de los contenidos estudiados, llevada a cabo por las cuentas que publicaron los memes analizados, cabe recalcar que cada cuenta aprovechó la manifestación efímera para amplificar su mensaje de oposición o apoyo, con humor y argumentos, logrando una aceptación y propagación de los memes, Shiffman hace hincapié en cómo los memes facilitan la participación política; sostiene que, “crear memes es una forma accesible, barata y divertida de hacer públicas las opiniones políticas de cada cuál” (2014, p.123)

El humor forma parte de las principales características que favorecen la propagación de los memes. La utilización de ironías, sátiras y chistes reblandece discursos políticos duros y poco atractivos para la mayoría de los usuarios 2.0. El humor hace posible, a través de los memes, que las críticas políticas y pensamientos ideológicos lleguen a millones de personas de manera a veces imperceptible.

Otro factor para destacar consiste en el empleo de un referente común para la creación de memes. Las series de televisión o las películas se han situado como principales

fuentes entre las imágenes de mayor potencial memético. El reconocimiento de dichos referentes facilita la condensación de ideas complejas en contenidos visuales.

La utilización estratégica del meme dependerá entonces de los usuarios y motivos que participen en la creación. Desde partidos políticos, referentes vecinales, gobiernos, militantes y personas que se consideran apolíticas, entre otros, los memes posibilitan la participación política de todos, ya que permite que los usuarios cuestionen, opinen y denuncien ciertas acciones, dando origen a un debate público en el que todos pueden participar.

El presente trabajo se basó en un análisis del comportamiento de los memes que circulan en la red social llamada Twitter a partir de una manifestación efímera, por este motivo desconocemos si pudiéramos atribuirle el mismo comportamiento de los memes en el resto de las redes digitales, tales como Instagram, Facebook, Whatsapp, Tik Tok, entre otras. En ese sentido, es posible considerar que esta experiencia teórica puede ser replicada para otros estudios como, por ejemplo, un análisis transversal a más de una red social. Esto plantearía una posible continuación de esta investigación.

Bibliografía

- Dawkins, R. (1993) El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta. Barcelona: Salvat.
- Blackmore, S. (2000) La máquina de los memes. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.
- Jenkins, H. (2008) Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona, Paidós
- Cortés Morató, J. (1997) ¿Qué son los memes? Introducción general a la teoría de memes. Disponible en <http://biblioweb.sindominio.net>
- De Ugarte, D. (2005), El poder de las redes. Disponible en <http://lasindias.org>
- Jenkins, H. (2009) Si no se expande está muerto (Parte 1). Virus y memes de los medios de comunicación. Disponible en <http://es.scribd.com>
- Jenkins, H. (2010) Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión. Barcelona: Paidós.
- Eco, U. (1982) “El lector modelo”, en Lector in fabula. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1990) Semiótica y filosofía del lenguaje. Barcelona: Lumen.
- Zuboff, S. (2020). La era del capitalismo de vigilancia: la lucha por un futuro humano en la nueva frontera del poder. Profile Books.
- Bajtín, Mijaíl M. (1982) “El problema de los géneros discursivos”, en Estética de la creación verbal. México; Editorial Siglo XXI.
- Barthes, Ronald (1970) L'Empire des signes, Ginebra (El imperio de los signos, Barcelona, Mondadori, 1991).
- Castells, M. (2009). El poder de las redes y las redes del poder. El entorno tecnológico de la comunicación. Madrid, Alianza.

- Pierce, Charles S. (1931-1958). *Collected Papers*, vols. 1-8, C. Hartshorne, P. Weiss y A. W. Burks (eds). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge. The MIT Press.
- Gabriel Pérez Salazar (2020) “El meme en internet”. Disponible en <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/363/377>
- Lissack, M. (2004). La redefinición de los memes: atribuir significado a un cliché vacío. *Revista de memética - Modelos evolutivos de transmisión de información*. Disponible en <http://cfpm.org/jom-emit/2004/vol8/lissack.html>.
- Pérez Salazar, G. (2017). *El meme en Internet. Identidad y usos sociales*. Fontamara.
- Pérez Salazar, G. (2019) *El meme en Internet como texto digital: caracterización y usos sociales en procesos electorales*. Texto Livre: Linguagem e Tecnologia, Disponible <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/textolivres/article/view/14879>
- Zayas, V. A. (2017). Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red: el caso de los memes sobre filósofos. *Revista de Comunicación*.
- Rafael del Vilar (2000). *La Materialidad a través del cual se transmite la información en el texto audiovisual o la problemática de los códigos*. Departamento de Ciencias Mediáticas y de la Información. Chile.
- Knobel y Lankshear (2007). *Memes online, afinidades y producción cultural*. Peter Lang.
- Cortázar, R. (2014). Imágenes rumorales, memes y selfies: elementos comunes y significados. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. Disponible en <https://doi.org/10.28928/ri/772014/aot3/cortazarrodriguezfj>.

- Gonzalez y Herrera (2015). Análisis crítico del discurso de los “memes” alusivos al debate sobre paramilitarismo del Congreso de la República de Colombia. Universidad del Valle.
- Luis Gabriel Arango Pinto (2017). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. Disponible en <https://bit.ly/3hTP4TM>
- Shifman, L. (2013). Memes en un mundo digital: reconciliarse con un alborotador conceptual. Revista de comunicación. Disponible en <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>.
- González Pureco (2020). Presencia de los memes de Internet en la campaña presidencial México 2018. Caso Instituto del Meme electoral (IME). Revista Hipertextos. Disponible en: <https://doi.org/10.24215/23143924e014>.
- Da Cunha (2007). Memes en weblogs: propuesta de una taxonomía". FAMECOS. Porto Alegre.
- Durham (1991). Coevolución: genes, cultura y diversidad humana. Stanford University Press.
- Rovira, G. (2017). Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era de Internet. Icaria.
- Chaves-Montero, A. (2017). Comunicación Política y Redes Sociales. Ediciones Egregius.
- Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Deusto.
- Castagno Lucia (2013). Meme, ¿Solo diversión? El fenómeno de los memes en internet más allá de la humorada. Universidad Nacional de Rosario. Disponible en:

<https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/5283/TESINA%20LUCIA%20CASTAGNO.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

- Barassi, V. (2016). Visiones controvertidas: los discursos digitales como significantes vacíos de la 'red' al big data. Comunicación y público. Disponible en <https://doi.org/10.1177/2057047316680220>
- Trejo, R. (2015). Ser visibles para ser ciudadanos. Política y redes sociodigitales en América Latina. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación
- Verón, E. (1986). “La mediatización” en Cursos y conferencias. Buenos Aires, EUDEBA.
- Shifman, L. (2014). Memes en la cultura digital. The MIT Press.

Textos o artículos obtenidos en internet

- Claudia Benassini Félix (2020) “Memes de Internet: Multimodalidad, Intertextualidad e Interdiscursividad en tiempos de Covid-19”. Disponible en: <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/353/378>
- Gabriela González Pureco, Sergio Rivera Magos (2020) “Virus y viralidad: Los memes durante la Pandemia por COVID-19”. Disponible en: <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/347/379>
- Daniel Ramírez Monge, Ignacio Siles (2020) “Prácticas y dinámicas de creación de memes en Costa Rica”. Disponible en: <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/334/381>
- Sivia Gutiérrez Vidrio, Margarita Reyna Ruíz (2020) “Los memes en la política: primer debate de la contienda presidencial mexicana 2018”. Disponible en: <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/338/382>

- Amílcar Chavarría Cruz (2020) “El meme en internet: El Skin-O-Meter como estrategia del dispositivo del poder”. Disponible en: <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/349/385>
- Gabriel Pérez Salazar (2020) “El meme en internet”. Disponible en <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/363/377>
- Memes: la manipulación que gobierna nuestras vidas. Disponible en <http://www.abc.es>
- Granovetter, Mark S. (1973) “La fuerza de los vínculos débiles”. Disponible en: https://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/08/m_MGranovetter_LAfuerzaDE.pdf