

2022

“SEMIÓTICA EN EL AULA”
Dossier “Los estudiantes y la Semiótica”

Ñeató

*Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS*

Volumen 3 - Nº 1
año 2022
ISSN 2718- 7268

revistaneeata.unne@gmail.com



UNNE
Universidad Nacional
del Nordeste

**“Memes de la política chaqueña en el período 2019-2020
Acercamientos a un nuevo discurso de circulación social
en la región”**

**“Memes of the Chaco politics in the period of 2019-2020:
approaches to a new discourse of social circulation in the
region”**

Roze Pratesi Ebe Antígona

ebeantigona@gmail.com

Universidad Nacional del Nordeste. Facultad de Humanidades

Estudiante avanzada de la carrera de Licenciatura en Letras de la Universidad Nacional del Nordeste, de Resistencia, Chaco. Formó parte de la Comisión Organizadora de las III Jornadas Argentinas de Estudiantes de Semiótica y actualmente integra el proyecto de investigación “Discurso social. Narrativas políticas en los medios de comunicación: inteligibilidades actuales” dirigido por la Dra. Natalia Colombo, con una beca del Consejo Interuniversitario Nacional (2020-2021).

Resumen

En el presente trabajo tenemos por objetivo el análisis de los memes de la política chaqueña. Para el abordaje del tema estudiaremos aquellos memes que circulen a través de distintas redes sociales y que hayan aparecido entre 2019 y 2020. Nuestro propósito es contribuir al conocimiento de los modos de producción de sentido en los medios de comunicación en la provincia del Chaco.

La palabra *meme* fue acuñada por el biólogo Richard Dawkins (1993) para definir a aquellos transmisores de información cultural (paralelos a los genes que transmiten información genética). Nosotros consideramos a los memes como un *discurso social* (Verón, 1993), cuya forma de comunicación es inmediata y, usualmente, anónima; y que cuenta, además, con una combinación de materiales verbales, escritos y orales, e imágenes, entre otros lenguajes, que demuestran la heterogeneidad que los caracteriza. Los memes circulan por las redes sociales y pueden abarcar distintas temáticas, entre ellas, la política, es por esto que actualmente podemos encontrar varios actores de la política chaqueña siendo protagonistas de estos discursos. Para su estudio nos valdremos del Análisis del discurso, en tanto metodología interdisciplinar (Arnoux, 2009); asimismo, observaremos la evolución de los medios de masas hasta la actualidad en que se encuentra los *nuevos medios* (Carlón, 2018), lugar por donde circulan los memes y, también, describiremos las características que estos discursos poseen. Luego analizaremos brevemente tres memes, uno surgido en el 2019 previo a las elecciones, y dos publicados durante la cuarentena del 2020.

Palabras clave

Memes - discurso político - circulación - producción

Abstract

The aim of this paper is to analyze a corpus of memes around politics in Chaco. The approach to

the subject consists in the study of the memes that circulated through different social networks between 2019 and 2020. Our objective is to contribute to the existing knowledge about sense production modes in different communication media of the province of Chaco.

The term meme was coined by the biologist Richard Dawkins (1993) to define cultural information transmitters as a parallel to genes, which transmit genetic information. We consider that memes are a form of social discourse (Verón, 1993) whose way of communication is immediate and, usually, anonymous.

Besides, memes consist in verbal written and oral material in combination with images, among other configurations of language, and this heterogenous combination characterizes them. Since the memes circulating through social media involve topics like politics, several political public figures from Chaco are the protagonists of this form of discourse.

This study of memes in circulation, as well as their characteristic discourse, is grounded on an interdisciplinary discourse analysis methodology (Arnoux, 2009) that observes the evolution of the mass media to the present-day new media (Carlón, 2018). In it, three memes will be briefly analyzed: one of them appeared before the elections in 2019, and the other two were published during the 2020 quarantine.

| Keywords

Memes - political discourse - circulation - production

| Introducción

Este trabajo surge de una beca de pre-grado –que actualmente se encuentra en proceso– otorgada por el Consejo Interuniversitario Nacional en el marco del proyecto de investigación “Discurso social. Narrativas políticas en los medios de comunicación: inteligibilidades actuales” bajo la dirección de la Dra. Natalia Colombo. En este estudio analizamos los memes políticos como un nuevo discurso de circulación en Chaco, específicamente aquellos surgidos durante la campaña y las elecciones del 2019 y durante la gestión en pandemia del 2020.

En la actualidad, la política ha tomado un protagonismo en las redes sociales nunca antes visto, han proliferado todo tipo de modos de comunicación, en este contexto los memes son una de las formas más rápidas y populares de transmitir información acerca de acontecimientos sociales y políticos, circulan en redes sociales y son creados, en su mayoría, por iniciativa de usuarios anónimos.

En esta primera instancia describiremos brevemente la evolución de los medios de comunicación hasta el surgimiento de los llamados *nuevos medios*, en los cuales se generan y circulan los memes, para ello nos valdremos de la teoría sobre *mediatización* de Eliseo Verón (2001, 2013) y de *hipermediatización* de Mario Carlón (2018). Luego explicaremos la noción de meme con la teoría de Dawkins (1993), y las características que estos poseen, para lo cual utilizaremos la teoría de varios autores como Rowan Jaron (2015) y José Veléz Herrera (2015); también veremos la noción de *remix* abordada por Knobel y Lankshear (2011) y de *imágenes pobres* sobre las que exponen Julieta Pestarino y Greta Winckler (2018), características que influyen las condiciones de circulación de los memes. Por último, analizaremos tres ejemplos de memes políticos: uno publicado previamente a las elecciones provinciales del 2019 y dos surgidos durante la cuarentena causada por la pandemia de covid-19 en el 2020.

Desarrollo

2.1. Condiciones de producción, medios de comunicación

En el siglo XIX, con la revolución industrial, tuvieron su auge los medios de comunicación como la prensa escrita, el folletín y la radio, estos se encargaban de reproducir la realidad para informar a la sociedad; posteriormente, con el advenimiento de la televisión, y la transformación del papel del presentador, los medios comienzan a cambiar sus modos de comunicar y la sociedad empieza a convertirse en una *sociedad mediatizada* la cual, según Verón:

...hace estallar la frontera entre lo real de la sociedad y sus representaciones. Y lo que se comienza a sospechar es que los medios no son solamente dispositivos de reproducción de un “real” al que copian más o menos correctamente, sino más bien dispositivos de producción de sentido. (2001, Pp.14-15)

Con la globalización, y con dispositivos que hacen cada vez más accesible los medios, no cabe duda de que nos encontramos en una sociedad mediatizada o en vías de mediatización que, como expone Verón (2001): “es aquella donde el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios” (p.15).

Posteriormente, Mario Carlón (2018) señala que la teoría de la mediatización de Verón fue pensada en un contexto en el que solo se hallaba el sistema de los medios masivos, y que actualmente nos encontramos con los llamados nuevos medios, es decir, “un sistema mediático con base en Internet” (p.149). Este autor propone el concepto de hipermediatización que utiliza para referirse a “una sociedad en la que se encuentran presentes dos sistemas que interactúan permanentemente entre sí” (Carlón, 2019, p.291). En la sociedad hipermediatizada encontramos también nuevas formas de circulación del sentido y cambios en los procesos de producción y de reconocimiento del que participan los internautas.

En cuanto a las posibilidades que habilitan las nuevas tecnologías, las más destacables son aquellas que nos permiten interactuar con otras personas, expresar nuestras opiniones e incluso compartir y exponer nuestra intimidad. En relación a esto, José Van Dijck en *La cultura de la conectividad* hace un recorrido por las plataformas virtuales más populares en las cuales observa tanto sus características como lo que producen en sus consumidores. Ella considera a las plataformas como un “ecosistema de medios conectivos”, cada red social, como Facebook o Twitter, posee su propio *microecosistema*, los cuales están interrelacionados unos con otros, todos poseen sus reglas y características que, a su vez, afectan y modifican a otros microecosistemas. Lo destacable de esto es que los usuarios llevan la vida social y sus implicancias a estas plataformas lo cual afecta, a su vez, al mundo *offline*, como expone la autora:

En su evolución conjunta con las tácticas desarrolladas por sus usuarios habituales, un medio contribuye a moldear la vida cotidiana de las personas, y al mismo tiempo esta socialidad mediada se integra al tejido institucional de la sociedad en su conjunto. (2016, p.13)

Sociedad y medios se encuentran en mutua relación con los internautas quienes alimentan con información a las plataformas y generan movimiento dentro de las mismas, como explica Henry Jenkins en su libro *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*:

Artículos - Dossier

Las nuevas tecnologías están permitiendo a los consumidores medios archivar, comentar, apropiarse de los contenidos mediáticos y volver a ponerlos en circulación. Poderosas instituciones y prácticas (el derecho, la religión, la educación, la publicidad y la política entre otras) están siendo redefinidas por un creciente reconocimiento de lo que cabe ganar fomentando, o al menos tolerando, las culturas participativas. (2006, p.10)

La autonomía que semejante dispositivo como la web, genera lo que hoy llamamos *prosumidores*, término que hace alusión a aquellos internautas que son a la vez consumidores y productores, lo que permite la colaboración y la réplica a gran escala de los fenómenos de internet que, como los memes, proliferan en estos microecosistemas en los cuales: “Las ideas, valores y gustos de los individuos son contagiosos, y se esparcen a través de redes humanas; sin embargo, estas también afectan los modos de hacer y pensar de los individuos que las conforman” (Christakis y Fowler, 2009 citado en Van Dijck, 2016, p.18). Con respecto a esto último, en su libro *La semiosis social II. Ideas, momentos, interpretantes*, Verón hace un análisis sobre los dispositivos técnicos que influyeron en la mediatización a lo largo de la historia y expone brevemente sobre los usuarios de Internet, quienes a pesar de ser una comunidad cada vez más grande y heterogénea, no tiene gran diferencia con otros procesos de mediatización excepto: “...que la libertad de elección y de iniciativa no han sido nunca, en reconocimiento, tan grandes, y que los receptores tienen en sus manos, por primera vez, los dispositivos técnicos para ejercitarlas” (2013, p.287).

Tanto Van Dijck como Verón, observan la influencia y los hábitos de interpretación que generan la constante información de Internet, como ocurre también con los memes y las diversas interpretaciones que los mismos pueden suscitar.

2.2. Condiciones de circulación

2.2.1. Memes, características

El término meme es atribuido a Richard Dawkins (1993), un biólogo, el cual hace un paralelismo entre los genes, que transmiten información genética, y los memes, los cuales transmiten información cultural. Ambos transmisores comparten las mismas características: 1) *longevidad*, como su nombre indica, se refiere a la duración de un meme; 2) *fecundidad*, tiene que ver con la aceptabilidad y la difusión que posea; 3) *fidelidad*, Dawkins admite que los memes no son replicadores fieles, siempre algo muta a medida que se transmiten.

José Ivanhoe Vélez Herrera (2012), hace una salvedad entre fenómeno viral y meme, este último se presenta cuando el fenómeno viral se parodia, y considera que un factor fundamental es que la información replicada sea modificada de forma que la fuente de la misma pierda importancia. Actualmente los memes están compuestos de imágenes y referencias a películas, series, comics, distintos fenómenos virales, etc.; creando una combinación de materiales verbales, escritos y orales, e imágenes, entre otros lenguajes. Sin embargo, a pesar de, en palabras de Angenot (2010), la diversidad y cacofonía de estos discursos sociales, el vínculo con los usuarios o destinatarios de estos discursos se sostiene a partir de las convenciones establecidas entre el medio y sus receptores. Desde nuestra perspectiva, consideramos los memes como un tipo de discursos social ya que, según Eliseo Verón estos son hechos sociales de producción de sentido cuya manifestación material, como explica Verón (1993): “son fragmentos de la semiosis” (Pp.126-127).

Asimismo, lo que hace que los memes sean exitosos es la capacidad de dialogar con otros memes

Artículos - Dossier

y con todo tipo de discurso, apropiándose los, replicándolos y modificándolos. Cada vez que algo impactante aparece en los medios, los usuarios de internet recogen la información de forma parcial y, utilizando imágenes de películas, series de televisión o fotos en general, dan cuenta de lo acontecido. Estas referencias permiten observar que algo fundamental de los memes es su *intertextualidad* e *interdiscursividad*, la primera entendida como “circulación y transformación de ideogramas, es decir, de pequeñas unidades significantes dotadas de aceptabilidad difusa en una doxa dada” (Angenot, 2010, p.14), y la segunda “como interacción e influencia mutua de las axiomáticas del discurso” (Angenot, 2010, p.14). En relación a esto, Knobel y Lankshear, quienes retoman a Lawrence Lessig, indagan sobre el concepto de remix el cual consideran fundamental para la cultura y su enriquecimiento, de lo que se trata es de que “alguien mezcla cosas y después otra persona viene y remezcla lo que la anterior había creado” (Lessig 2005)” (2011, p. 107). Estas nociones nos permitirán bosquejar el proceso de producción de los memes.

En un principio los memes surgieron de comunidades y foros como 4chan, 9gag, reddit (en el caso de Estados Unidos) y Cuanto Cabrón, Cuanta Razón (en el caso de España). Entre los usuarios que producen todo tipo de contenido, y las constantes réplicas que se generan, es casi imposible seguir el rastro desde su inicio, es por ello que los memes también tienen la particularidad de ser, en su mayoría, anónimos, son patrimonio del internet y, como apunta Jaron Rowan: “poseen orígenes híbridos y ciertamente promiscuos. Los memes se conciben y nacen en medio de una gran orgía digital” (2015, p.14).

Por otra parte, su complejidad discursiva está anudada en la inmediatez y en el poder de síntesis que presentan. La viralización de los memes y la fuerza con la que circulan, los establece como una forma de comunicación preponderante en la sociedad actual, como expone Lucrecia Escudero:

Los medios responden a una lógica implacable de producción de sentido que finalmente resulta más fuerte, en sus repeticiones e inercias, que el contenido (...) el problema no reside tanto en los géneros mediáticos, sino en cómo la recepción produce un hábito de interpretación, lugar por excelencia de la terceridad. (2018, p.116)

La rapidez y la inmediatez tiene que ver, en parte, con sus características formales y la manera en que son creados, Julieta Pestarino y Greta Winckler (2018) se refieren a los memes como imágenes pobres –noción tomada de Hito Steyerl–, que refiere a imágenes: “que pierden nitidez y son comprimidas, pero ganan velocidad gracias a una “ética del remix y la apropiación, que permite la participación de un grupo de productores y productoras mucho más amplio que nunca” (Steyerl, 2014: 42 citado en Pestarino y Winckler, 2018, p.27).

El poder de las imágenes y su consumo entra en consonancia con lo que Ariel Gurevich (2018) expone en su libro *La vida digital. Intersubjetividades en tiempos de plataformas sociales*, en el cual analiza el fenómeno de la inmediatez de las imágenes en las redes sociales y, si bien trabaja sobre fotografías personales, expone que: “El 40 % de los usuarios responde más a publicaciones con contenido visual que con texto plano” (p. 36). Asimismo, explica que lo importante de las imágenes es su movimiento, su circulación, lo cual predomina por sobre la autoría: “Quien asigna sentido a la imagen no es quien la saca, es quien la hace circular, quien la dota de vida, quien la despierta” (p. 53). Es por esto destacable la noción de circulación la cual, para Verón, se hace presente al analizar las diferencias entre el proceso de producción y el proceso de reconocimiento.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que la circulación masiva y la inmediatez hacen que muchos de estos memes pierdan vigencia y vayan incorporándose otros montajes con referencias más



Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

Volumen 3
año 2022

“SEMIÓTICA EN EL AULA” Dossier “Los estudiantes y la Semiótica”

Artículos - Dossier

nuevas. Como explica José Vélez Herrera:

A menos que se vuelvan símbolos fijos, es decir, con significado propio, muchas memes dejan de tener valor humorístico o impacto cuando se vuelven demasiado conocidas. Así, de manera contraintuitiva, es común que cuando las memes se vuelven de dominio público en medios de comunicación tradicionales, atrayendo nuevos usuarios que las utilizan, éstas pierden importancia en los medios alternativos. (2012, p.118)

Además, consideramos que la característica fundamental e inherente de los memes es el humor, un tipo de humor que Damián Fraticelli caracteriza como *Humor hipermediático*, noción que explica en una entrevista con Fernandez Romeral (2020):

Si antes el humor lo producían profesionales y la institución, ahora lo produce cualquiera. De manera colaborativa, como equivalente de los chistes. ¿Quién inventó un chiste? No lo sabemos. Lo que hay es un proceso social que le da forma. Los memes son una nueva expresión de los chistes, son reformados constantemente y en la mayoría de los casos desconocemos su origen.

También alude a que en internet no hay una regulación institucional en las redes sociales y por ello el humor puede tocar temas que en otros ámbitos serían recriminados. Es por esto que los memes pueden dialogar con cualquier hecho y de cualquier persona, sobre todo de aquellas que están en el poder.

Teniendo en cuenta lo visto anteriormente, y dada la masividad de información que se transmite a través de los memes, es necesario estudiar estos nuevos fenómenos de circulación digital que, como señala José Vélez Herrera (2012), impactan en la vida de personas, en los medios de comunicación tradicionales, en el lenguaje de algunos grupos y en las campañas políticas. Sobre este último, traemos a colación la frase de Rowan (2015) que habla del mensaje que transmiten los memes y su efectividad: “Es más fácil producir una imagen que incorpore una opinión o punto de vista que redactar un texto resumiendo tu posicionamiento político. Es por ello que los memes se vuelven preponderantes en las batallas políticas contemporáneas” (p.300). Es por esto importante analizar los memes no sólo como entretenimiento sino como un dispositivo ideológico.

En base a estas características, es normal observar que los memes son utilizados frecuentemente en las redes sociales como forma de satirizar a los políticos y sus decisiones. Si bien hay partidos políticos y militantes que utilizan esta forma de comunicar, son también personas comunes, con ideas políticas pero que no está afiliados a ningún partido, o que simpatizan con algunos, pero no militan. Aun así, en todo discurso político y su circulación, aparecen en el trasfondo lúdico la intención de generar algo en los destinatarios que consumen esos memes. En *La palabra adversativa*, Eliseo Verón explica que la enunciación política implica un enfrentamiento y la construcción de un adversario, es por ello que hace una categorización sobre los tres tipos de destinatarios de la enunciación política: 1) el *contradestinatario*, que es el destinatario “negativo”, para quien lo que dice el político es falso; 2) el *prodestinatario*, aquel que comparte las mismas ideas y valores que el político; 3) el *paradestinatario* es el indeciso a quien hay que convencer. Estos tres destinatarios perciben un mismo mensaje de manera diferentes, sin embargo, hay ciertas huellas en el acto de enunciación desde las cuales es posible interpretar, a través de los recursos que despliega para provocar la adhesión o el rechazo en el destinatario, a quien va dirigido el discurso.

2.3. Procesos de producción, casos de análisis

En Argentina, es común observar, en distintas plataformas, muchos memes relacionados con la política a nivel nacional, cuyos protagonistas tienden a ser presidentes, vicepresidentes, ministros, etc. Sin embargo, en Chaco han circulado memes de distintos candidatos, estos proliferan en épocas de elecciones, así como luego de una toma de decisión polémica por parte del gobierno de turno. A continuación, veremos tres ejemplos de memes políticos que surgieron en la campaña de las elecciones 2019 y durante la cuarentena del 2020. Estos memes fueron tomados en las plataformas de Facebook y Twitter, lugares donde frecuentan y donde, en cierta medida, es posible rastrear su origen y las interacciones que generan, a pesar de que muchas veces se trate de cuentas anónimas.

2.3.1. La “mano dura” de Bacilleff

En 2019 se realizaron las elecciones para gobernador de la provincia de Chaco, la imagen N.º 1 es protagonizada por unos de los candidatos, Juan Carlos Bacilleff Ivanoff, líder del Frente Integrador, quien en 2013 asumió como gobernador de la provincia a modo de interinato, por ser el vicegobernador, para reemplazar a Jorge Capitanich por más de un año. Durante su mandato, en 2014, dispuso que la policía provincial reprima a movimientos sociales que pedían una audiencia con el gobernador en reclamo del aumento de ayudas sociales y la construcción de viviendas. Debido a esto, y a sus frecuentes dichos en contra de las manifestaciones y los cortes de calle, el político es considerado un represor.



Imagen N.º 1 (Fuente: <https://twitter.com/elchaquenio/status/1182489723698372609>)

Como podemos observar, la imagen del candidato está editada de forma que tenga el maquillaje característico del Joker (o Guasón) y, acompañando a la imagen, hay una frase puesta por el usuario de twitter que la publicó y que dice “El garrotos”. La forma en que está redactada, y el hecho de que la edición tenga que ver con el Joker, es debido a que circuló por internet un poster en el cual se traducía “El guasón” por “El bromas”, parodiando las traducciones españolas –consideradas por los argentinos



algo extrañas o inadecuadas—, por lo cual surgieron varios memes respecto del tema y, a pesar de que se desmintió la noticia, siguieron apareciendo memes como el que vemos en la imagen pero en distintas situaciones y con distintas personas. Aquí la intertextualidad juega un papel preponderante en cuanto a la jocosidad del meme, se asocia la imagen del Guasón y su supuesta traducción con el perfil de un político y ex mandatario de la provincia. La acotada frase que acompaña la imagen daría cuenta de la característica preponderante del candidato a los ojos del electorado.

La publicación fue realizada por un usuario de Chaco, crítico a los gobiernos denominados peronistas. El meme circuló en los días previos a las elecciones del 13 de octubre del 2019, al igual que otros memes con el mismo candidato aludiendo a la violencia y a la “mano dura”. Debido a esto, consideramos que el meme funciona, por una parte, a modo de burla crítica, y por otra, como una imagen que alienta a recordar sobre el accionar del candidato en cuestión, ya que muchos de los sucesos quedan representados en los memes que circulan, y si bien estos pueden tener una vida corta, el contexto al que remiten siempre es factible de ser reconstruido.

2.3.2. Memes de la cuarentena 2020

Luego de ganar la gobernación de Chaco en el 2019, en 2020, debido a la pandemia por covid-19 Jorge Milton Capitanich tuvo un rápido accionar con respecto a las restricciones en la circulación social, estas medidas adoptadas también por el gobierno nacional tuvieron un fuerte impacto económico en los comercios que estuvieron cerrados, sin embargo, durante la cuarentena el gobernador tomó decisiones que fueron polémicas para los ciudadanos y, como vemos, motivos de burlas y memes.



Imagen N.º 2 (Fuente: <https://www.facebook.com/LaRataDeRcia/photos/2737701923116706/>)

En la imagen N.º 2 podemos observar un dibujo donde un soldado se sacrifica por el bienestar de dos personas, el soldado en este caso es el gobernador Jorge Capitanich que detiene diversos proyectiles, algunos de ellos metafóricos, como ser los comercios, los gimnasios, e incluso la página



Artículos - Dossier

Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

de la que surge este meme. Quienes se encuentran durmiendo a salvo son el pastor Ledesma, líder de un culto evangélico; y Emerenciano Sena, un dirigente social¹.

El meme alude, por un lado, a una situación que tuvo lugar cuando Argentina se encontraba, por decreto, en aislamiento social, preventivo y obligatorio; el gobernador no permitía la circulación ni la apertura de gimnasios, pero sí autorizó una reunión multitudinaria presidida por el pastor Ledesma, motivo por el cual fue criticado e incluso denunciado. Lo que da cuenta de esto es el nombre de algunos misiles como ser “gimnasios”, “pymes”, “médicos” quienes se vieron afectados por las medidas restrictivas impuestas por el gobierno.

Por otro lado, en el meme se encuentra el dirigente Emerenciano Sena quien no respetaba las limitaciones por la cuarentena, las cuales eran sancionadas en caso de incumplimiento. Consideramos que este meme se encuentra exponiendo la contradicción y el sesgo de las decisiones del mandatario, Jorge Capitanich, resaltando –como podemos observar en otros memes de la misma página– sus inclinaciones marcadamente religiosas y los privilegio que otorga a los cultos y/o a los dirigentes sociales, individuos que convocan a muchas personas.

Otro de los acontecimientos ocurridos durante la cuarentena del 2020 fue llevado a cabo en el barrio Gran Toba de la Ciudad de Resistencia. Debido a la cantidad de contagios que se estaban registrando allí, la policía de la provincia decidió monitorear el barrio utilizando un dron para que sobrevolara el barrio, sin embargo, el dron quedó fuera de servicio al ser impactado por una piedra, producto de un “hondazo”.

A diferencia del meme anterior, que es un dibujo intervenido con letras para crear el meme, en la imagen N.º 3 podemos observar que se trata de una foto de la entrada del barrio, en ella están superpuestas imágenes de drones y un dibujo de Bart Simpson, que a su vez está modificado de forma que parezca una rata –este Bart Simpson es una suerte de “avatar” del administrador de la página– y que utiliza barbijo y una honda apuntando a los drones, parodiando la situación descrita.

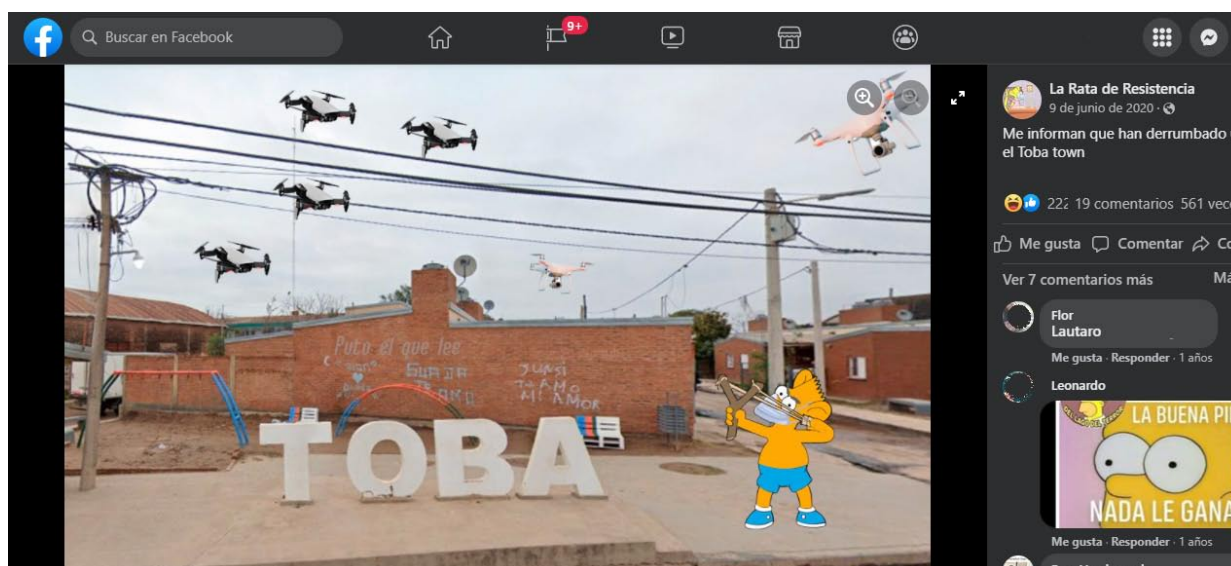


Imagen N.º 3 (Fuente: <https://www.facebook.com/LaRataDeRcia/photos/2744622642424634/>)

Observamos que los memes de las imágenes N.º 2 y N.º 3 son de una página de memes de Resistencia, llamada “La Rata de Resistencia” cuyo nombre antes era “La Rata del Mega \$2” esta página es administrada por un usuario que es marcadamente opositor al gobierno actual ya que la

1 Algunos medios se refieren a Emerenciano Sena como “dirigente piquetero” o simplemente “piquetero”, una forma de denominar a los movimientos de los trabajadores desocupados que se manifiestan en la vía pública.



Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

Volumen 3
año 2022

“SEMIÓTICA EN EL AULA” Dossier “Los estudiantes y la Semiótica”

| Artículos - Dossier |

mayoría de sus publicaciones son críticas a los políticos que se encuentra en ejercicio. La página tiene éxito en Facebook como podemos observar por la cantidad de veces compartido que incluso supera al número de *likes* de la misma publicación. Esto nos demuestra que la función de “compartir” tiene preeminencia por sobre los “me gusta”, ya que, a pesar de que el meme surge de una página específica, si un usuario lo comparte desde otro usuario, la cantidad de “compartidos” queda registrado en la página original.

Estos son algunos de los memes que hemos encontrado en la navegación por las plataformas escogidas, en nuestra búsqueda fuimos observando que las imágenes aluden, en su mayoría, a los partidos oficialistas, lo cual puede deberse a que aquellos que se encuentran en el poder, y por ende los que toman las decisiones, están más expuestos a ser motivos de burlas y críticas.

También es de destacar la velocidad con la que se crean los memes en relación a los acontecimientos, la reunión multitudinaria del pastor Ledesma se llevó a cabo el 31 de mayo y el meme fue subido al día siguiente. Lo mismo ocurrió con el incidente del dron, el cual aconteció el 7 de junio y el meme se publicó dos días después.

| Conclusión preliminares

Luego del recorrido por la génesis y las características de los memes, así como por los casos de análisis brevemente desarrollados, pudimos observar el poder que tienen los memes como transmisores culturales y la rapidez con la que circulan es parte de su éxito, pero también de su peligro, ya que la información suele estar recortada de forma intencional, con motivo de crear contenido rápido y humorístico, o transmitir ciertas opiniones sobre los actores políticos.

En lo que respecta a los memes políticos de Chaco, hemos ido observamos que los mismos no parecen pertenecer a militantes de un partido u otro, a pesar de tener un claro posicionamiento político el cual es, en su mayoría, anti oficialista. Además, la mayoría de los memes tiene por protagonista a la máxima autoridad de la provincia, ya que es quien se encuentra más expuesto y en quien recae la responsabilidad de tomar decisiones y las consecuencias que esto conlleva.

Consideramos que queda mucho camino por recorrer, debemos llevar a cabo análisis minuciosos de los memes y las plataformas en que circulan, así como el contexto en que surgen estos fenómenos tan entretenidos como complejos. Por último, podemos decir que es necesario adentrarnos en el mundo de los memes no para naturalizarlos sino para conocerlos y así analizarlos, criticarlos y distinguir las intenciones de los prosumidores que los crean y los hacen circular.

| Bibliografía

Angenot, M. (2010) *El discurso social. Los límites de lo pensable y lo decible*. Trad. Hilda H. García. Siglo XXI, Buenos Aires.

Carlón, M. (2018) “¿Cómo seguir? La teoría veroniana y las nuevas condiciones de circulación del sentido”. Revista deSignis N° 29, Argentina.

Carlón, M. (2019) “La circulación contemporánea del sentido”. Entrevista llevada a cabo por Damian Fraticelli. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Dawkins, R. (1993) *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Salvat Editores. Barcelona, España.

Escudero Chauvel, L. (2018) “Retrato de Eliseo Verón en joven semiólogo”. Revista deSignis N° 29, Argentina.



Revista del grupo de
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

Volumen 3
año 2022

“SEMIÓTICA EN EL AULA” Dossier “Los estudiantes y la Semiótica”

Artículos - Dossier

- Fernández Romeral, D. (2020) “¿Por qué la pandemia es terreno tan fértil para el humor? Página 12. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/263593-por-que-la-pandemia-es-terreno-tan-fertil-para-el-humor>
- García, M. (2004) *Narración. Semiosis/Memoria*. Posadas, Misiones. Editorial de la Universidad Nacional de Misiones.
- Gurevich, A. (2018) “La vida digital. Intersubjetividades en tiempos de plataformas sociales”. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Jenkins, H. (2006) *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Paidós, Barcelona. Trad. Pablo Hermida Lazcano
- Knobel M., Lankshear C. (2011) “Remix: La nueva escritura popular”. Cuadernos comillas, 1.
- Narvaja De Arnoux, E. (2009) *Análisis del discurso*. Santiago Arcos Editor, Buenos Aires
- Pestarino, J. y Winckler, G. (2018) “Memes políticos: apropiabilidad digital en la web 2.0”. *Artefacto visual*, vol. 3, núm. 4.
- Rowan, J. (2015) *Memes: inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Capitán Swing Libros, Madrid.
- Van Dijck, J. (2016) *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Trad. Salas, Hugo. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires.
- Vélez Herrera, J. (2012) “Las memes de Internet y su papel en los medios de comunicación mexicanos” en Memoria: XXIV Encuentro Nacional AMIC - Saltillo, Coahuila
- Verón, E. (1993) “La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad”. Gedisa editorial. Barcelona.
- Verón, E. (1996) “La palabra adversativa” en *El discurso político*. Ed. Hachette. Buenos Aires.
- Verón E. (2001) *El cuerpo de las imágenes*. Grupo Editorial Norma.
- Verón E. (2013) *La semiosis social II. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires, Paidós