

## Anexo

Entrevista a Martín Gabriel Iglesias (Profesor y licenciado en comunicación)

- ¿Cuál es el poder de los memes en la comunicación?

- En primer lugar creo que el meme como narrativa tiene características que lo convierten en una forma de expresión muy apropiada para el lenguaje de las redes sociales virtuales. La potencia enunciativa del mensaje, que apela a la ironía, es contundente, directo y se entiende rápido. Se presenta en una imagen, fácil de compartir desde cualquier dispositivo en distintas redes o apps de mensajería instantánea.

Además la rapidez con la que circulan y se consumen se enmarca de modo perfecto en la lógica de las redes, lo efímero, la práctica del scrolleo (pasar las novedades del inicio sin detenerse), y la instantaneidad. Constituye un mensaje humorístico que puede ser decodificado rápido y generar sensaciones, desde la risa o la adhesión, hasta el rechazo o el desacuerdo. Y al igual que los chistes no se explica, se entiende. El meme se erige como una herramienta poderosa para interpelar sentidos en torno a debates políticos, sociales, sobre producciones de la industria cultural (programas de televisión, series, películas) y acontecimientos deportivos, entre otros. Lo que subyace en la lógica del meme (que creo que es lo que lo hace tan presente en la comunicación digital) podríamos decir que es la sagacidad, la ironía, la inmediatez y la relación con la actualidad de los acontecimientos. La actualización constante es propia de la dinámica de las redes sociales.

- ¿Qué opina sobre los memes constructivos y sobre los destructivos?

- Creo que en torno a los memes se dan expresiones de todo tipo como en otros terrenos de la vida social. El meme por ser una narrativa propia de la comunicación digital se inscribe también en los parámetros con los que se interviene en las redes sociales virtuales. En este sentido, los memes que incitan al odio, a la descalificación de un adversario político o a la discriminación de grupos sociales se enmarcan en discursos e ideologías presentes en un sector de la sociedad pero también se ven potenciadas por la lógica de redes como Twitter, en donde a veces se apela a la agresividad por sobre la discusión política de ideas.

Hay memes que parten de una figura de la política y están destinados a las personas que no quieren a esa figura y otros que están dirigidos a quienes la apoyan. De igual forma existen memes con la intencionalidad de visibilizar injusticias, los que podríamos enmarcar dentro de los “constructivos” desde una perspectiva pero

quizás para otra no lo sean.

Por eso creo que lo central es la construcción de sentido que se pone en juego y que de acuerdo a nuestro marco de ideas lo entenderemos de una forma o de otra.

Por otra parte debemos tener en cuenta que el humor en diferentes épocas y con diversos formatos se ha hecho siempre con referentes reales. Es decir, la caricaturización de un presidente o de determinados dirigentes políticos se puede rastrear en la historia argentina en distintos momentos históricos, lo que cambian son las condiciones de producción. Por ejemplo, en otras épocas el medio en donde se publicaban estas expresiones era el diario, mientras que en la actualidad los memes circulan a una velocidad inusitada e imposible de mensurar, incluso en muchos casos al punto de desconocer a sus autores/as.

- ¿Cree usted que un meme hace que el elector recuerde más al candidato?

- Es una posibilidad. Hay diferentes dimensiones en la producción, el consumo, los usos y la circulación de los memes, así como sucede con otras narrativas tanto de las redes sociales virtuales como de otros espacios. Puede darse una asociación de que algunas personas recuerden a un candidato o un dirigente por un meme y que les haya caído simpático/a como puede ser que lo tomen como referencia negativa, si es que el meme lo ridiculiza, por ejemplo. También considero que depende cuán conocido/a sea el candidato/a y a qué tipo de votante quiera interpelar (más o menos politizado, más afín a una idea o a otra).

Por otra parte siempre en la recepción hay aspectos que son imposibles de prever. Es decir, aunque se pueda pensar a qué público se dirige un meme y cómo podría llegar a ser tomado por ese grupo, no se puede medir cómo impactará en la subjetividad de las audiencias. A eso habría que sumarle que sobre un meme se construyen otros nuevos que le agregan texto u otra imagen, o generan algún tipo de intervención, lo re-significan y le construyen otro sentido.

Por lo que la situación dependería de cómo se da esa circulación de sentidos. Pero sí, veo como una posibilidad que por asociación el candidato se vea beneficiado más allá de cómo sea caracterizado en el meme.

- ¿Es bueno el uso del humor para generar crítica política?

- En la historia, el humor ha sido un espacio de resistencia y de crítica política. Por ejemplo, durante la última dictadura cívico-militar en Argentina existió la Revista Humor, como una forma de publicar críticas en un contexto de censura y terrorismo de Estado. El humor está atravesado por un componente ideológico, busca incomodar al tiempo que generar complicidad con quienes piensan parecido a nosotros/as.

Es recurrente la pregunta sobre los límites del humor, si los tiene y en qué consistirían en ese caso. En mi opinión, el límite entendido como marco está dado por el contexto de enunciación: quién es el emisor, quiénes los destinatarios, de qué manera circula ese mensaje, qué significados se busca disputar y a qué refiere.

Creo que el humor es un terreno potente para pensar en la intervención crítica sobre el debate político y en la desnaturalización de sentidos, ya que puede sentar posición sobre temas “serios” o profundos desde una intervención sencilla.

- ¿Acuerda con que los memes lleguen al celular aunque no los querramos ver?

- Pienso que es parte de las dinámicas que plantea la comunicación digital en la actualidad. Desde los chats recibimos contenidos de diversos tipos y dentro de esos contenidos de seguro con algunos no acordaremos. En este sentido con los memes sucede algo parecido a los stickers: los que nos gustan los guardamos y los tenemos a mano para contestar en alguna discusión o para compartir con otros/as algo que nos hizo reír. No lo podría pensar en términos morales, sí entiendo que puede ser problemático si se trata de memes ofensivos o discriminatorios. Son temas que se gestionan en el uso de las apps y en la forma de relacionarnos con los/as demás en esos espacios.

- ¿Molestan los memes cuando son con mala intención?

- Vale establecer una distinción. La intención de “molestar” en tanto denunciar situaciones injustas o al poder podría vincularse con lo que mencioné sobre el humor como forma de crítica. Ahora si nos referimos a discursos de odio o a la intención de legitimar fake news sólo porque refuerzan creencias previas es otra discusión. En este caso hay una ofensa o una intención de perjudicar a alguien, por lo que se recurre a cualquier elemento para lograrlo. Por lo general esto es bien recibido entre quienes comparten igual ideología o semejante posicionamiento político, sin importar si se parte de información veraz, de fake news o de una chicana. En síntesis, pienso que ofende a quienes son perjudicados/as y a quienes se identifican con ellos/as pero que puede no generar rechazo en aquellos/as comparten el marco conceptual del meme.

- ¿Es el meme una forma de cuestionar la política?

- Si bien no concibo al meme desde una visión instrumental (es decir como una mera herramienta para decir algo, sino que está sujeto al contexto de producción) creo que la pregunta podría pensarse desde las potencialidades del meme hoy.

Creo que sí, el meme puede interpelar a la política, cuestionar y ser movilizador, pero creo que hay que dimensionar a qué escala se puede intervenir en la discusión a partir

de un meme. Esto es, no creer que el uso de memes en sí conducirá a generar cambios sociales, sino que se debe pensar en qué medida puede incidir en determinados debates. De igual forma agrego el tema del público: a quién me dirijo, en qué contexto, con qué finalidad. Un problema que se da en el debate político y que se profundiza en las redes sociales virtuales es cómo hablarles a aquellos/as que no son “propios”. Un meme puede ser preciso en cuanto a lo que quiere significar y la contundencia con que lo logra, pero dependerá de cómo se difunda y circule para que no se quede sólo entre quienes ya con anterioridad piensan de esa manera. De todos modos, este desafío excede a los memes y no implica en sí algo malo ya que el meme puede contribuir a clarificar o encarar una discusión de forma más sencilla para ese grupo.

- Hoy ¿los políticos hacen política virtual?

- Sí, claro. Los dirigentes políticos utilizan las redes sociales virtuales para dar a conocer sus posicionamientos frente a temas de coyuntura, anunciar cuándo darán una entrevista en algún medio, comunicar las acciones de campaña, de gobierno o de otro tipo de alcance institucional y/o de militancia, por citar algunos casos.

Los dirigentes políticos, los partidos y los gobiernos tienen equipos o grupos de personas dedicados a la comunicación en las plataformas virtuales, saben que ese es un terreno que no pueden descuidar. Tienen en cuenta cómo construir los planos de las fotos que publicarán, a qué hora hacerlo, qué palabras usar, con qué epígrafe acompañar la foto, el uso de hashtags, por ejemplo.

Incluso en los últimos años se ha incorporado en el debate público la noción de los trolls (perfiles falsos o que no revelan su identidad cuya función es molestar a quienes defienden otra postura en los posteos) o de los bots (robots que tuitean al mismo tiempo o que generan “me gusta” automáticos), como estrategias que desplegaba el gobierno de Mauricio Macri en las redes sociales. En este último caso se manifestaba un interés por incidir en la agenda de la discusión política a partir del despliegue de trolls en Twitter a través de compartir noticias falsas o hacer operaciones políticas.

Hay muchos ejemplos de cómo intervienen los políticos en las redes sociales virtuales tanto de Argentina como de otros países y se puede hacer la prueba al ingresar a las redes de alguno/a de ellos/as. Pero menciono uno que creo que da cuenta de la relevancia que han tomado las redes en la comunicación política: el anuncio de Cristina Fernández de Kirchner el 11 de mayo de 2019 sobre su postulación a la Vicepresidencia de la Nación junto con Alberto Fernández como candidato a Presidente fue realizado a través de Twitter.

- ¿Todos los memes son hechos por la gente?

- Creo que los memes se producen tanto desde páginas dedicadas a la publicación de este contenido como también desde otros usuarios, que incluso a veces los envían a esas páginas. En este sentido hay herramientas para crear memes, por lo que cualquiera que utilice servicios de mensajería instantánea o redes sociales puede hacerlos, incluso sin intención de publicarlos, sino de compartirlos en algún chat interpersonal. En suma, podríamos decir que la producción de memes implica algo cotidiano de la comunicación digital.

Si hablamos de memes políticos creo que se originan en las cuentas dedicadas a eso pero también hay memes que se viralizan de los que desconocemos su origen. Esto es algo propio de la forma en que circulan los memes, más allá que algunas páginas utilicen marcas de agua. También hay usuarios que postean memes como comentarios a publicaciones o a otros memes. No podría asegurar de qué manera inciden los equipos de comunicación de los espacios políticos, pero en la producción de memes intervienen diferentes actores, con mayor o menor nivel de exposición y de anonimato.

- ¿Cuál es la red social por la cual se transmite con más frecuencia este contenido?

- En principio creo que los memes circulan en mayor o menor medida por todas las redes sociales virtuales que alojan este tipo de contenido, por lo que sería difícil establecer por cuál de ellas circulan más memes. Lo que sí considero posible es pensar esta pregunta desde la experiencia y los usos. Dicho esto, en mi opinión la red social por la que más circulan los memes es Facebook, a pesar de que la más centrada en la imagen sea Instagram.

En mi condición de docente de nivel secundario he hablado con estudiantes sobre sus usos de las redes sociales y en una ocasión me han dicho que “para los memes” usaban Facebook. Y por los desplazamientos que se han dado en los últimos años pienso que tiene sentido. Podemos advertir una emigración de Facebook hacia Instagram por ejemplo y en el caso de generaciones más jóvenes aparece también TikTok (y en menor medida Snapchat). En este sentido, quizás uno de los motivos por los que Facebook quedó como espacio para los memes se debe a la existencia de los grupos dedicados en especial a memes que continúan vigentes en esta red social y que mantienen la lógica de los comentarios que mencioné con anterioridad.

No creo en los determinismos por franja etaria, ya que las experiencias son diversas y se trata de un factor entre otros, pero sí veo ciertas tendencias generalizadas en los usos y en el tipo de contenido que se produce y circula por cada

red. Esto a su vez tiene una dimensión de mercado, cómo las corporaciones piensan al público de esas redes sociales, qué estrategias se despliegan para que los usuarios pasen más tiempo allí, qué contenido se les ofrece, etc.

En fin, la producción y los usos de los memes están enmarcados en un contexto volátil, dinámico y difícil de predecir, como es el terreno de las redes sociales virtuales.

Modelos de memes:



IMAGEN 1



IMAGEN 2

Imagen 1: The best view, 2020, memes divertidos 2020, imagen jpg, pinterest.com

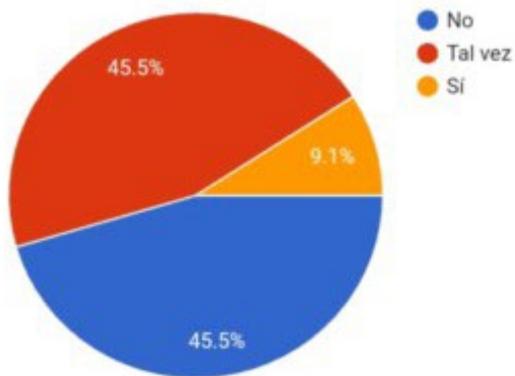
Imagen 2: Jones Huala, 2016, cacique mapuche fin S XIX, imagen jpg, pinterest.com

ENCUESTAS:

Realizada entre el 15 y el 20 de septiembre a 44 personas entre 20 y 45 años

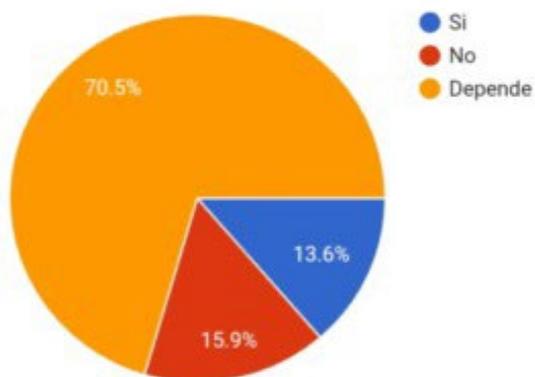
¿Ayudan los memes a la política?

44 respuestas



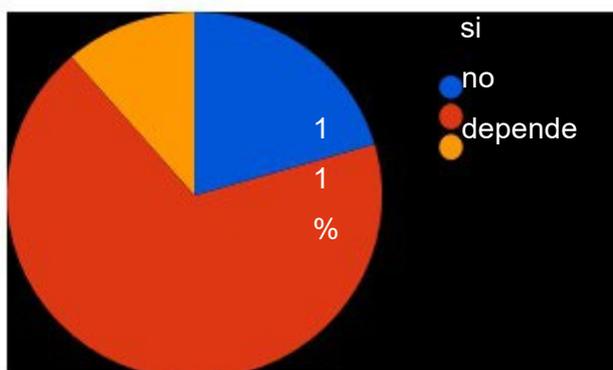
¿Tienen efectos positivos o negativos en la política?

44 respuestas

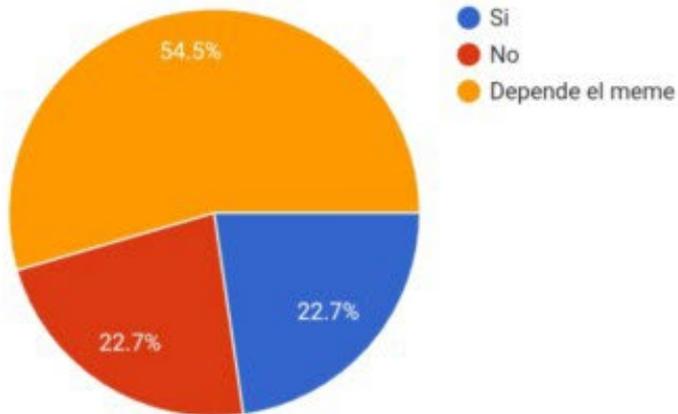


¿Se puede hacer una campaña política de memes?

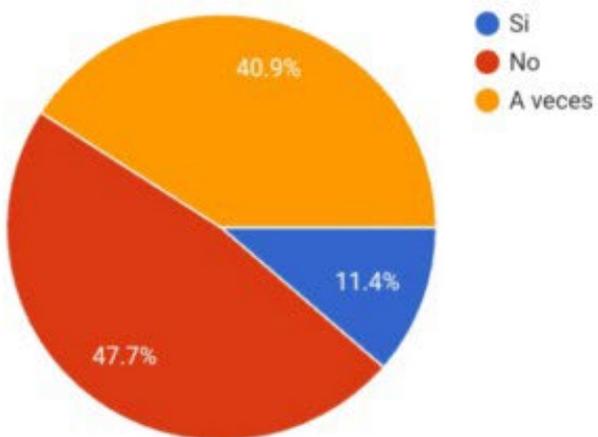
44 respuestas



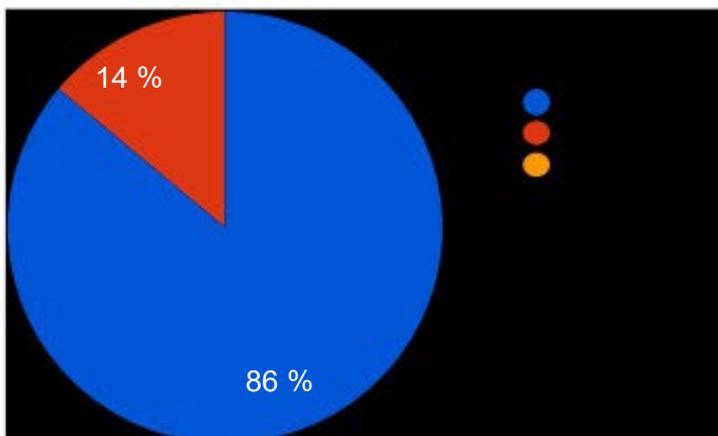
¿Puede alguien informarse de política con los memes?  
44 respuestas



¿Mandas memes sobre política?  
44 respuestas



¿Con qué fin los mandás?



de chiste  
de burla  
para dañar

¿Hiciste enojar o terminaste en una discusión con alguien por mandar memes?

44 respuestas

