

El meme digital como herramienta política en México

Karina Juárez Morales*

ESCUELA NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA. INAH

RESUMEN: *De manera popular, los memes son entendidos como formas lúdicas que se encuentran en contextos digitales; son contenidos humorísticos que sólo nos ofrecen entretenimiento, no tienen otro objetivo más allá de la diversión. Este texto se basa en una investigación realizada de 2018 a 2020, los ejemplos que se presentan pertenecen al contexto político que se vivía en México en ese momento. El objetivo es contribuir a la discusión existente sobre el tema en diferentes disciplinas que tratan de la manipulación de la opinión pública por medio de formatos que se popularizan en terrenos digitales.*

PALABRAS CLAVE: *memes, política, discurso digital, antropología, redes sociales.*

The digital meme as a political tool in Mexico

ABSTRACT: *It is well known, memes are understood as a playful pattern found in digital contexts, humorous contents that only offer us entertainment that do not have any other objective beyond it. This work is based on the research I conducted from 2018 to 2020, the examples presented belong to the political context that was lived in Mexico at that time. The objective is to contribute to the existing discussion on the subject in different disciplines about the manipulation of public opinion through formats that are popularized in digital areas.*

KEYWORDS: *memes, politics, digital discourse, anthropology, social networks.*

* juarezkarina62@gmail.com

Fecha de recepción: 2 de junio de 2022 • Fecha de aprobación: 21 de noviembre de 2022

[...] Toda acción humana tiene una mediación de carácter simbólico, de ahí que la cultura se componga de complejos entramados de significación, expresados en imágenes [Espinosa 2019].

[...] Internet es un sistema operacionalmente cerrado, cuyos subsistemas están relacionados entre sí, a partir de todas las herramientas —y sus códigos— de comunicación digital [Pérez *et al.* 2019].

INTRODUCCIÓN

El siguiente artículo es resultado de una investigación desarrollada entre los años 2018 y 2020; su base tiene un contexto político en México que marcó el inicio de un nuevo periodo presidencial. Los ejemplos, aquí mostrados, son parte del auge digital que comenzó a vivirse en la política del país. Se busca hacer un seguimiento de ese proceso hasta el primer semestre del año 2022, ya que los memes en este periodo retomaron su fuerza en el uso político y, al mismo tiempo, sirvieron como apertura de otros fenómenos digitales que han transformado la manera de hacer política y ser gobernador en nuestro contexto.

En el 2022 y después de dos años de restricciones por la pandemia del COVID-19,¹ la comunicación digital en diferentes plataformas se convirtió en un recurso primordial alrededor del mundo; sin dejar de lado la brecha digital, que también en los últimos dos años se agudizó en varios sectores, el uso de las redes sociales se incrementó. Según el 17° *Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2021*, publicado en mayo de ese mismo año por la Asociación de Internet MX, hay un 72% de usuarios en México, número que se incrementó debido al confinamiento vivido a causa de la pandemia.

Según estos datos, las dos actividades a las que se les dedicaba más tiempo eran todas aquellas relacionadas con redes sociales y con mensajes instantáneos. Los usuarios usaban su tiempo en Internet para informarse sobre eventos y noticias, tanto masivos como personales. En un orden de mayor a menor uso, las redes sociales más importantes para los mexicanos eran: Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Twitter.

¹ Oficialmente fue en 2020 cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró la existencia de la pandemia producida por el virus del SARS-COV 2 (COVID-19), enfermedad que se registró por primera vez en China en diciembre de 2019.

Plataformas como Facebook, YouTube, Wikipedia y tantas otras les permiten a miles de familias [...] entablar distintos tipos de contactos a través de los cuales comparten contenidos expresivos y comunicativos, construyen sus carreras profesionales y disfrutan de vidas sociales [...] la presencia creciente de este tipo de plataformas impulsa a las personas a trasladar muchas de sus actividades sociales, culturales y profesionales a entornos virtuales [Van Dijck 2016: 17-18].

Las redes digitales se volvieron y siguen siendo muy importantes hasta la fecha para la interacción de las personas, no sólo en un aspecto individual, también en lo social y cultural. Con el tiempo, cada vez es más raro hablar de una clara separación entre lo *online* y lo *offline*, el crecimiento de estos espacios, en la vida de las personas, ha dejado a su paso un potencial aumento de dinero para los dueños de sitios grandes que se posicionan en el ámbito mundial, también para otros pequeños espacios que han aumentado la actividad de sus usuarios en menos de 10 años.

Otro de los factores en los que se puede apreciar la importancia de las redes digitales es en la construcción de comunidades,² las cuales fortalecen sus lazos en la medida cuando se expanden y encuentran, entre sus miembros, un punto de interés que los lleva a una interacción a distancia, que, con el tiempo, genera vínculos fuertes entre los miembros de una comunidad y excluye a quienes no se sientan identificados con sus objetivos, su forma de relacionarse o que no sean capaces de entender los códigos de lenguaje que se han creado entre los demás miembros del grupo.

No obstante, las comunidades digitales no son de libre acceso para todos los individuos; aunque el número de usuarios ha crecido, de la misma manera como el uso de redes sociales, todavía existe una amplia brecha digital alrededor del mundo. En un contexto digital, los grupos no se pueden distinguir fácilmente, es muy difícil hablar de puntos en común como la clase social o los espacios geográficos, aunque algunos investigadores han presentado propuestas en las que tratan de abordar estos aspectos. Es más fácil distinguir la conformación de una comunidad en torno a las temáticas de los contenidos:

Las primeras comunidades virtuales reconocidas como tales fueron académicas y aparecen junto con la modernidad hace unos pocos cientos de años, tal vez dos siglos. Lo que proponen es formar grupos de pares interesados en los

² Generalmente, el concepto de comunidad refiere a un grupo de personas que se desenvuelven en un mismo contexto social y que comparten un área específica por un tiempo determinado, para generar vínculos entre sus participantes.

mismos temas de exploración académica y por lo tanto fuera de cualquier otro perjuicio que no sea la base de la comunicación del lenguaje de la ciencia, y sin importar la distancia ni la forma cultural que se incluya con el interés por el saber. Son comunidades de personas libres, que desean vivir con sus pares en la búsqueda del conocimiento. [Galindo 2006: 95].

Sin embargo, las comunidades digitales, en la actualidad, van más allá de intereses académicos entre sus integrantes. En algunas plataformas como Facebook, por ejemplo, se pueden encontrar grupos reunidos en torno a temas deportivos, religiosos, un tipo de cine o música, en apoyo a figuras políticas, actores, entre otras tendencias; cada uno de ellos con sus propias reglas impuestas por los administradores o creadores del espacio digital, quienes, a su vez, deben encargarse de cumplir con las políticas de convivencia que la propia plataforma ha impuesto para los usuarios en general.

Facebook es una de las redes más usada en México, además, por la forma y la finalidad con la que fue diseñada, es la red que más se presta para la construcción de comunidades virtuales. En una entrevista hecha por Arme-lla y Picotto a Berardi [2013], él propone que este tipo de espacios pueden ser similares a un enjambre, ya que se presentan como un solo cuerpo que se conecta, pero no es necesario que se trate como un único colectivo, sino que pueden existir varios conviviendo en un mismo espacio y tiempo.

El crecimiento de las redes sociales en nuestro país se hizo notar desde 2016 y desde ese momento hasta la actualidad los dispositivos más usados para tener acceso a Internet son los teléfonos móviles, los cuales generalmente se venden ya con un sistema que incluye el acceso a la red. Desde ese momento, la información y la comunicación empezaron a transformarse no sólo por los tiempos y las fronteras, sino por los contenidos, que ha permitido, a los usuarios, desarrollar nuevos elementos para expresarse de forma rápida y llamativa. Es el caso de los memes digitales, convertidos en una estrategia humorística o de entretenimiento para los usuarios y compañías, asociaciones sociales y partidos políticos, que se han visto en la necesidad de cambiar las formas de expresión, comunicación y dinámicas de participación no sólo para no perder seguidores o partidarios, al contrario, para incrementar su número y hacerse del apoyo que requieren las ideologías y los ideales que desean transmitir.

ANTECEDENTES DEL MEME

Para hablar del impacto de los memes digitales es conveniente presentar, de forma breve, un acercamiento a las primeras definiciones que se formaron

en la academia de estos contenidos digitales. De manera popular se entienden como chistes o sátiras que no deberían ser tomados de forma seria; en ellos se incluían referencias populares para determinado grupo cultural, aspecto que ocultaba los objetivos de estas creaciones, por lo que al inicio de su popularización era difícil entender la profundidad del impacto de los memes.

La definición de meme que se ha tomado como referencia para diversos estudios es la presentada por Richard Dawkins [1976], investigador al que se le ha bautizado como “el padre del meme”. De acuerdo con su postura, los memes son, como los genes, capaces de transmitir algunos rasgos, pero, en este caso, rasgos culturales, en específico del lenguaje, mediante la réplica de algunas unidades, lo que da lugar a una evolución cultural que es replicada o reproducida gracias a la imitación y contribuye así a la transmisión cultural, para asegurar, de cierta manera, la supervivencia de los grupos sociales.

En este sentido, Susan Blackmore [2000] propone la clasificación de la memética, cuya principal característica es la identificación de un conflicto de intereses, la cual, en el caso de los memes los ha convertido en códigos replicantes de un mensaje.

En el 2004, Michael Lissack fue el primero en hablar de los memes, más allá de replicadores culturales y los presentó como unidades que trabajaban desde la memoria de los receptores del mensaje, pues no sólo repiten, sino que son capaces de recordar y crear significados, sobre todo los que son muy relevantes en el individuo. Para Lissack: “El meme es un representante de una cultura, en la cual fue desarrollado y sobre la que se basa un proceso comunicativo” [2004: 50].

Desde entonces, se considera que el meme ha desarrollado ciertos signos específicos que representan ideas muy particulares. Con esas ideas generan un nuevo discurso, creado a partir de los mismos, gracias a un proceso de apropiación que los usuarios hacen de sus contenidos y sus significados. Los memes marcan referencias particulares y transportan la mente a lugares y tiempos determinados, que los ha convertido en un medio excelente para uso de campañas, tanto comerciales, sociales y políticas. De ahí, quizá surja el éxito de la viralización de los memes digitales, más allá de los algoritmos automáticos que los colocan al alcance de todos los usuarios de plataformas digitales.

Debido al triunfo que han tenido como imágenes transmisoras de signos culturales en determinados grupos sociales, los memes podrían ser nombrados también “signos icónicos” desde la perspectiva de Pierce [apud Eco 1986: sp], ya que los memes son propagados bajo el entendido de di-

vulgar la experiencia de grupos o comunidades; es decir, que al momento de ser vistos nos remontan sensaciones que pueden parecer conocidas y, al mismo tiempo, son capaces de convertirse en parte de un mensaje global, capaz de reducirse al análisis de una imagen.

En la actualidad, los memes, que circulan por las redes sociales, son imágenes que siempre van acompañadas de un contexto social que refieren la película del momento; el tema del que todos hablan en relación con los actores o cantantes; momentos cotidianos por los que la mayoría de las personas han pasado alguna vez; fechas conmemorativas en el ámbito nacional o internacional; o personajes de la política que se ven envueltos en situaciones fuera de su control y los vuelven parte de la opinión pública. Como lo afirma Gabriel Pérez Salazar: “Podemos sugerir que los memes tienen una muy amplia gama de usos sociales, que, si bien frecuentemente incorporan elementos humorísticos, pueden hacer referencia a muy diversos temas; y reflejar, al menos una parte, de los referentes identitarios que nos representan ante los demás” [Pérez 2017: 99].

Se observa que para los memes no es tan necesario la característica de originalidad, por el contrario, lo que es indispensable es que tengan la capacidad de conservar y transmitir las ideas, al mismo tiempo que necesitan de una volatilidad que les ayude a expresarlas en más de una forma, por ello, se puede sostener que los memes necesitan evolucionar —no es lo mismo a cambiar, ya que se pueden crear plantillas del mismo meme para ser usadas en diferentes momentos de la historia.

Esta misma característica hace a los memes capaces de adquirir nuevos significados dentro de los entornos en los que son utilizados, de modo que las personas son capaces de apropiarse de las imágenes y las usen con mensajes distintos, según el tema del momento dentro de las comunidades digitales. Las imágenes forman un significado común que va más allá de lo que se ve, es parte de lo que se puede entender dentro de una compleja red de significados y símbolos.

En un principio, la categoría de memes hacía referencia a un estilo de dibujos que consistían en trazos sencillos y sin muchos detalles, la cual se le conocía también como *ranger comic*. De hecho, hay quienes sostienen que el fenómeno de los memes antecede a la Internet [Camacho 2014]; aunque su llegada a los contextos virtuales provocó una ola de atención e interés de la sociedad en general, así como de académicos que les prestan mayor atención al tratar de problematizar y comprender el impacto que tienen.



Imagen 1: Meme digital 4chan.com

Con el paso del tiempo, la forma en que las personas de las redes digitales han creado y compartido los memes está cambiando; ahora ya se usan otras técnicas, el meme evolucionó y ya no sólo se encuentran imágenes con textos, también pueden ser fragmentos de videos, frases o audios que se popularizan en la red. De esta forma, se muestra la flexibilidad que pueden llegar a alcanzar los memes en su formato digital y así es como se pueden llegar a insertar en más de una esfera cultural.

Para Pérez Salazar [2017], los memes digitales se distinguen porque incluyen siempre, de alguna forma, un carácter humorístico y es así como las personas los han identificado y apropiado de ellos. Este aspecto provoca la combinación con cuestiones como la política, que marca un sentido de pertenencia en los sujetos, quienes, de alguna forma, reflejan su opinión de situaciones políticas. Con dichos memes, el humor es recurrente, es una parte muy importante para reflejar el punto de vista de quienes lo crearon, de quienes lo reapropiaron, compartieron y popularizaron en sus redes sociales.

Para De la Peña, el humor es un aspecto político que en redes digitales, como Facebook, se ha convertido en un fenómeno muy relevante, por la sensibilidad que las redes han otorgado a sus significados. Por tanto, el uso de un carácter de humor puede ser usado como el elemento de bloqueo o censura, lo cual desata una serie de ataques entre usuarios, que es respaldado por los algoritmos virtuales: “[...] En nuestro país [México,] la necesidad de hacer burla de prácticamente todos los temas posibles es una obsesión nacional que estimula la proliferación y la creatividad en la producción de memes” [2020: 158].

El particular humor que se usa en los memes digitales, así como la flexibilidad de la que se han impregnado y el hecho de que éstos y sus mensajes se puedan compartir de manera masiva, en ocasiones, ha sobrepasado la voluntad de los usuarios. La actividad de compartir determinado contenido es impulsada por emociones de las personas, quienes se ayudan de factores automáticos propios de las redes sociales en Internet.

Esa automatización que es involuntaria y emocional contribuye una vez más a que los memes adquieran a la vista popular una noción simple, pero también ayuda a que crezca la idea de que no son sólo simples figuras de humor y de moda. No son merecedoras de atención o de preocupación en la forma en la que se expanden y se usan en la interacción cotidiana de las personas que navegan por la red: “los usuarios no consideran a los memes en Internet algo que debe ser tomado seriamente, sino al contrario, algo que no debe ser tomado seriamente” [Vélez 2015: 130].

No se debe perder de vista que los memes son símbolos y pueden ser fundamentales para entender la información de un grupo social; son los encargados de evidenciar y explorar las percepciones de los individuos respecto a su entorno, pues los símbolos son parte de la vida diaria de las personas en lo familiar, lo social, lo político y todo aquello que pueda considerarse como trascendental, además están llenos de significados múltiples y hacen referencia a un contexto mayor.

Estos sistemas se representan en imágenes que son capaces de expresar, de forma clara, todo lo que representan los símbolos sociales; en los tiempos de las redes digitales las imágenes están presentes, incluso son prioridad para los usuarios. Para algunos investigadores como Mario Guillamó [2019], la cultura digital se ha encargado de colocar las imágenes por encima de las palabras, la instantaneidad domina la comunicación virtual.

LOS MEMES EN LA POLÍTICA DIGITAL DE MÉXICO

Hoy en día atravesamos un proceso al que Byung Chul Han [2022] llama: “El Régimen de la información”, en el cual las personas buscan, a toda costa, la visibilidad; desean dejar de ser sujetos pasivos para volverse creativos y productivos; se crea así una idea de la libertad que no está enfocada en las personas sino en la información. “En el régimen de la información, el dominio se oculta fusionándose por completo con la vida cotidiana. Se esconde detrás de lo agradable de los medios sociales, la comodidad de los motores de búsqueda, las voces arrulladoras de los asistentes de voz o la solista servicialidad de las *smarter apps*.” [2022: 17].

La “libertad” de información ha sido detonante para que los usuarios en las plataformas digitales sientan el derecho de participación de cualquier tema de actualidad, los cuales, por cierto, cambian cada semana, debido a la velocidad con la que la información viaja en la red. Así que, la forma en cómo las personas participan también ha cambiado, ahora los memes parecen ser un medio adecuado para crear conciencia en las personas, tanto que su difusión ha sobrepasado cualquier tipo de control. Al parecer ningún Estado está listo para lidiar con esta nueva forma de comunicación y de expansión, no todos están preparados para alcanzarlo y menos para entenderlo.

La mercadotecnia digital (*e-marketing*) se ha convertido en una vía por la que se intenta dar alcance a la viralización que actualmente mueve la información; han surgido nuevas empresas que intentan ayudar a manejar las imágenes que llegan a los usuarios; la política ha encontrado una nueva forma de convivir con las estrategias de mercado, para las cuales no estaban preparados los actores políticos. Se necesita el desarrollo de un nuevo modelo de gobernantes listos para moverse e interactuar en redes sociales o de manera general en la web.

En México, una de las primeras empresas que se posicionó a la cabeza de esta estrategia es la fundada por Carlos Merlo, llamada Victory Lab; una agencia digital que tiene a su servicio cientos de personas, encargadas de colocar información y temas principales de los que se habla en Internet. Este tipo de agencias utiliza toda clase de recurso digital para cumplir el objetivo de llegar a los usuarios, se adueñan de la opinión y de la conciencia colectiva de quienes navegan por la red, por ejemplo, se hizo cargo de algunas de las campañas políticas del 2018 y, según su información interna, el 90% de los temas más populares, respecto al proceso electoral, están controlados por agencias de mercado similares.³

Los memes son parte de los recursos digitales, desde esta perspectiva se puede comprender que son más que imágenes elegidas al azar y que sus mensajes no deberían ser tomados a la ligera; se han transformado para dejar de ser gráficos que refieren contextos momentáneos y los abordan desde un plano humorístico. No hay que olvidar que —como lo han marcado diversas investigaciones sobre contenidos digitales— todo lo que se mueve en la red es elaborado con un objetivo por parte de su emisor y que, si bien están abiertos y al alcance de todos los usuarios, sus mensajes van dirigidos a un sector particular.

³ <<https://www.buzzfeed.com/mx/ryanhatesthis/meet-the-millennial-trying-to-become-the-king-of-mexican-1#.udgGYgwXoe>>. Fecha de consulta: 31 de agosto de 2021.

Aunque en el caso de México con anterioridad, durante la candidatura y el gobierno de Enrique Peña Nieto (2012-2018), los medios digitales ya se habían colocado como líderes en la construcción de la opinión pública; fue en el proceso de las elecciones del 2018, con Andrés Manuel López Obrador como uno de los contendientes del proceso, cuando los memes se hicieron evidentemente parte de las campañas políticas, aunque aún se seguían presentando como elementos digitales que se construían de forma anónima y se compartían de manera esporádica. Para las personas en general, que los veían dentro de sus contextos digitales, no era evidente que empresas de mercadotecnia o personas, con intenciones determinadas, se encontraban detrás de ellos.

En este punto era conveniente para los creadores; ya que una de las principales características de los memes era su aspecto humorístico, así se lograban disfrazar las verdades políticas y el nivel de alcance era más amplio; se ocultaba, detrás de lo que parecían simples chistes que tenían un grado alto de animaciones o sarcasmo, mensajes fuertes de crítica o apoyo, según en la intención de la comunidad en la que eran creados y apropiados. Un ejemplo de esta forma, en la que se empieza a crear la política digital, son los memes que circularon en Facebook durante en el año 2019, en los primeros días de un gobierno, que se presentó, desde su campaña, como un cambio necesario para la democracia del país:

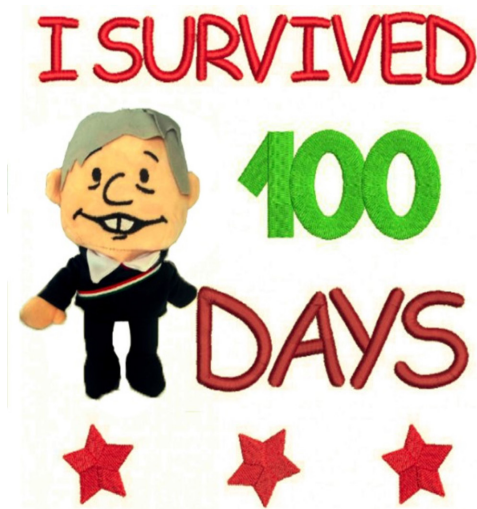


Imagen 2: Instituto Electoral del Meme (IME)⁴

⁴ La publicación original de este meme tuvo lugar en marzo del 2019. Desapareció en el 2020.

Imagen 3: EHM⁵

Los dos memes anteriores aparecieron en marzo del mismo año, con apenas días de diferencia; ambos tocaban temas similares, los primeros 100 días del gobierno de López Obrador. Dicho asunto se volvió relevante en ese entonces porque el propio gobierno se encargó de organizar un evento masivo, donde se presentarían los resultados, con un cierre de cuentas hasta ese momento; fueron tomados de grupos con aparentes posiciones políticas diferentes. El primero se encontraba en un grupo que se posicionaba como neutral y el segundo, en un perfil que, desde su nombre, ya dejaba notar que era parte de la oposición al presidente, a su partido político y todo lo que él representará.

En los números que se recopilan de ambas publicaciones, los cuales se pueden visualizar gracias a la propia plataforma de Facebook; el prime-

⁵ <<https://www.facebook.com/HastaLaMadreEstoy/photos/a.437091089821667/969394256591345/>>. Fecha de consulta: 14 de marzo de 2019.

ro de los memes, que se compone por diseños animados y usa una frase sarcástica para abordar el tema tuvo una mejor recepción por parte de los usuarios pues se muestran 1.2 mil interacciones entre comentarios, reacciones y veces que se compartió el meme. Lo que en apariencia refleja un gran apoyo al grupo, al mensaje y un acuerdo popular de aquello que se quiere evidenciar con su mensaje.

Mientras que el segundo meme, aunque usaba también el recurso del sarcasmo, tuvo una recepción más baja, siguiendo, de igual modo, los números de la plataforma. A pesar de que salió de contexto del grupo original que lo compartió y llegó a otro perfil, con la suma de ambos espacios apenas se alcanza la cantidad de 840 interacciones y esto podría ser consecuencia de la seriedad de las imágenes, de la gama de colores en las fotografías que muestran a las personas, de quienes se hace referencia; además tiene un texto muy largo, lo cual implica más tiempo de los receptores.

Esto es un punto importante porque en la actualidad y con la nueva forma en la que se desarrolla la política y en la que se construyen sus discursos, mediante las redes digitales, la viralización es más importante que las propias propuestas de fondo. Alcanzar una gran cantidad de números en los contextos de redes sociales se convierten en una sensación de apoyo que, para los sujetos políticos, es muy relevante, pues ahora es más valioso ser visto que ser escuchado.

En el caso del gobierno actual de México, Andrés Manuel López Obrador fue de los primeros en declarar la importancia que para él tenían las redes sociales; fue el primer candidato y después presidente en hacerse presente en las redes más populares con toda clase de formatos digitales. Su equipo de comunicación se encargó de crear contenido y aceptar, de manera pública, los reconocimientos que las plataformas dan a quienes se dedican en difundir contenidos para los receptores. Una de sus frases más populares durante el tiempo de campaña fue “las benditas redes sociales”, declaración que abrió un nuevo campo para él y para sus opositores, quienes no dudaron en comenzar batallas digitales.

La manifestación de una nueva ecología [digital] que conecta y permite la interacción de diversas entidades (humanas, minerales, animales, vegetales, entre otras) está, por lo tanto, relacionada con el surgimiento de una nueva tipología de lenguaje que reúne diferentes “alfabetos”, datos alfanuméricos, códigos, algoritmos, imágenes, animaciones que desplazan el habitar más allá de la dimensión antropomórfica de la naturaleza y de la ecología alfabética. [Di Felice 2019: 39].

La construcción de territorios políticos en la ecología digital sufre actualmente un proceso de reconocimiento, no sólo en los estudios de estos espacios, también por parte de los usuarios, quienes se apoderan de ellos y demuestran que son capaces de manipular los algoritmos para lograr el alcance necesario para sus objetivos. Durante el sexenio actual se han encontrado espacios diferentes que hacen uso de una nueva forma de comunicarse, que se distingue por su plasticidad y se coloca en la mente y las opiniones.

Los espacios digitales tienen la capacidad de conectarse entre sí, que les ayuda a transformar la información y, a cada paso que ésta da, sean más profundos para los receptores, quienes, al mismo tiempo, sean menos capaces de indagar objetivamente en aquello que encuentran en sus redes y en sus comunidades. Las emociones son un gran recurso pues, aunque en un primer momento no son muy consideradas, terminan guiando las reacciones de las personas, quienes alimentan los algoritmos que construyen las burbujas informativas para que los receptores tengan dirigida su opinión en un objetivo determinado.

En lo digital las emociones se perciben gracias a las reacciones y los comentarios de los usuarios; las reacciones han sido ampliadas y modificadas en plataformas como Facebook, ya que presentan una gama con la que las personas pueden elegir y reflexionar sobre su sentir al momento de participar, pero siempre cuidando lo que se considera una adecuada convivencia para los intereses de la preservación del espacio, como el favorito de los usuarios. Los memes son una de las formas digitales en las que mejor se pueden expresar las emociones, pues la libertad y el anonimato, que brindan las redes sociales, les permite a los creadores expresar su sentir en más de un aspecto, además se complementa con la sección de los comentarios.

En la actualidad, las emociones pueden ser captadas y analizadas mediante algoritmos (<<Análisis de sentimientos>>) merced a los datos de conducta que captan las tecnologías digitales. Y, sin embargo, los sentimientos de este tipo no se ven con buenos ojos en todas partes. En la esfera pública, la acusación de *dejarse llevar por las emociones* tradicionalmente implica que alguien ha perdido la objetividad y ha cedido ante unas fuerzas irracionales. [Davies 2019: 16].

Los memes son la forma con la que los políticos han captado las emociones de los usuarios en las redes digitales, usadas como herramienta de manipulación para convencer de sus ideales y sus acciones. El flujo constante de imágenes, que lleva a las personas a pasar mucho tiempo navegando en la red, ayuda a que cada vez exista menos tiempo para reflexionar

sobre la información que se recibe y que circula en formatos que son de fácil acceso y con la habilidad de llamar la atención a los aspectos que les son convenientes para los actores políticos.

Si se considera el aumento que los medios digitales han ganado, respecto a la confianza de las personas, estos espacios son propicios para que sentimientos, como la nostalgia, la ira o el resentimiento, sean más maleables, por ejemplo, los memes digitales ahora se encargan de mover algo dentro de las personas, un sentimiento aparece en ellos y muchas veces no es percibido, por lo menos no lo es como una consecuencia del contenido de una imagen. Los sentimientos parecen ser libres de quien los percibe, como si fueran propios y no una construcción de un entorno digital en el que se está inmerso cada día más.

La aparición oportuna de los memes que tocan temas de actualidad social y político se ha convertido en un aspecto esencial para los usuarios en redes; es parte de la *viralidad* que tienen los temas en los contextos digitales. Entre más tiempo pasa, las publicaciones son rezagadas, aunque no olvidadas, peor siguen estando en la web, así las personas no tienen la oportunidad de participar a profundidad en un tema, pues la velocidad con la que se mueve todo contenido digital es determinante para los participantes y para la formación de sus opiniones.

En el caso de los memes políticos, se han convertido en una herramienta perfecta porque son elementos comunicativos que crean y cierran debates rápidamente. Ahora parece que la política está más ocupada en la creación de estímulos emocionales digitales que al final los protagonistas de los partidos políticos o de los gobiernos los convierten en apoyo y se obtienen beneficios, que van más allá de las pantallas.

En lugar de lamentarnos por la afluencia de las emociones a la política, deberíamos valorar la capacidad de la democracia de dar voz al miedo, el dolor, y la ansiedad, que, de lo contrario, podrían tomar un rumbo mucho más destructivo. Si hemos de avanzar en esta nueva época y redescubrir una estabilidad superior, necesitamos, por encima de todo, comprenderla. [Davies 2019: 22].

Un ejemplo es el caso del actual gobernador de Nuevo León, Samuel García y el partido Movimiento Ciudadano, quién, en el 2021, utilizó las redes sociales para hacer presencia más allá de las fronteras del estado en donde presentaba su candidatura. El entonces candidato aprovechó la construcción de una identidad mediada por lo digital, con la que ya contaba anteriormente y sumó la de su esposa como figura pública en redes sociales. La campaña se basó en el aprovechamiento de cada instante en el

que los personajes ganaban presencia en los medios digitales, como estrategia para que el candidato no fuera tema olvidado para bien o para mal; su imagen se colocó en el espectro de los internautas, una técnica que aún sigue usando, ahora que ya es Gobernador electo y que en el 2022, al provechar los momentos virales que le rodean como resultado del nacimiento de su primera hija y de malos momentos de su administración, lo han llevado a pronunciar su interés como futuro candidato para la presidencia del país.



Imagen 4. Samuel y Marina⁶

En la imagen se muestran la flexibilidad que es característica de los memes y de sus mensajes; al mismo tiempo es un contenido dirigido para aquellos que dentro de México conocen el contexto de cada una de las ediciones que aquí se muestra, es decir que, aunque todos los usuarios de Internet pueden ver el meme, éste tiene una intención para una comunidad en particular. Este ejemplo muestra también la construcción de la credibilidad que tienen las plataformas digitales, ya que muchos usuarios han depositado en estos espacios su confianza, al pasar mucho de su tiempo de trabajo o tiempo libre navegando en la red. Los espacios en los que se desarrollan *sociodigitalmente* no son cuestionados en cuanto a la información que aquí se genera, en el meme de este ejemplo cada una de las imágenes

⁶ <<https://www.tribuna.com.mx/tendencias/2021/6/8/fosfo-leon-la-esposa-de-samuel-garcia-protagoniza-los-mejores-memes-sobre-gubernatura-en-nl-253457.html>>. Fecha de consulta: 10 de agosto de 2022.

ha pasado por un proceso de reinterpretación en los que se incorporan aspectos sociales y culturales que le dan significado.

Esa credibilidad se encarga de reforzar las emociones que mueven a las personas en la participación y creación de vínculos digitales, en especial porque los usuarios se ven inmersos en participaciones cada vez más frecuentes de una determinada comunidad. El vínculo de pertenencia, que a su vez genera en ellos un sentimiento de incertidumbre, puede deberse a dos situaciones, la primera es no saber cómo reaccionarán otros ante sus participaciones y la segunda, por no saber el rumbo que tomará la comunidad en general, después de agotados los temas que los unieron en un principio, si es que se llegan a agotar los temas iniciales.

El desarrollo de los sentimientos también es un reflejo de la saturación de información a la que se ven sometidos los usuarios constantemente, la rapidez con la que se mueve la información digital hace que las personas sean más vulnerables y fáciles de manejar por opiniones no objetivas que se disfrazan bajo los nuevos formatos comunicativos. Es cada vez más difícil para los participantes de los grupos no dejarse llevar por lo que están viendo o escuchando, aunque no exista certeza en los memes, éstos suelen ser más fuertes conforme se manipula más su sentido original.

Conforme van circulando los memes en la red, es menos importante rastrear a un creador inicial y averiguar cuál fue la intención que lo impulsó a dejar ese meme en el ciberespacio con un mensaje particular. Es por esto que las empresas de mercado, como la mencionada Victory Lab, han tenido éxito cada vez que participan y apoyan una o varias causas políticas; razón por la que algunos personajes de la política se basan en contenidos digitales, pero siempre negando y ocultado la participación directa.

En México, durante el proceso de campaña para las elecciones del 2018, un grupo en Facebook, que llamó mucho la atención, fue Red Ciudadana Mz2024, por la constante interacción que tenía tanto al crear publicaciones como al compartir temas relacionados con el sector que se identificaba como parte de la oposición a la campaña y al gobierno de Andrés Manuel López Obrador. Pronto, en muchos de los usuarios de Facebook surgió la duda respecto a los orígenes de este grupo y comenzaron los rumores sobre la posibilidad de que se trataba de una comunidad creada para una constante campaña, manejada por la familia del expresidente Felipe Calderón y de su esposa, quién había sido candidata en ese mismo proceso de elecciones y en la actualidad ocupa un puesto como diputada del Partido Acción Nacional (PAN), Margarita Zavala.

La principal razón que dio fuerza a ese rumor fue la suma de distintos elementos, como el uso de las iniciales de Margarita Zavala (MZ) en el

nombre y logotipo del grupo, junto con los dígitos del año 2024, cuando nuevamente tendría la oportunidad de participar como candidata al proceso electoral a la presidencia en México; además la fotografía del expresidente Felipe Calderón como portada del grupo da también una idea de las posibles intenciones de las publicaciones que se pueden encontrar en el grupo y de los miembros que busca sean parte de su comunidad, también de quienes pueden ser los responsables que se encuentran detrás de los memes de este grupo.

Pero la descripción principal del grupo es la mayor información sobre las intenciones que persiguen, las personas que se encargan de manejar esta comunidad digital ponen lo siguiente: “¡Calderonistas y Zavalistas luchando por un México libre!”. En sus propias palabras esta comunidad pretende ser un espacio de expresión, información y vinculación entre aquellos miembros de la sociedad mexicana que tengan en común los ideales específicos de un partido político, sino de dos personas que forman la pareja Calderón-Zavala, quienes se destacan por un pensamiento conservador y el impulso de una forma de gobierno que es todo lo contrario a las propuestas y acciones del gobierno actual de Andrés Manuel López Obrador.

Éstas fueron las razones por las que, al hacerse oficialmente el cambio de gobierno y ser López Obrador quien tomara el puesto de la presidencia, las primeras publicaciones del grupo fueron dos memes, donde los administradores expresaron a los miembros de su comunidad el descontento con esta nueva etapa política que se iniciaba y con los cuales pretendían evidenciar un apoyo que, numéricamente, les favorecían en terrenos digitales.

Por lo menos así se aparentaba en las estadísticas propias del grupo, pero más allá de esos números, las cosas no fueron realmente así del todo, pues las comunidades que se crean en redes sociales suelen ser en un principio abierto, es decir, que se pueden unir a ellas cualquiera que las encuentre al navegar por las redes con ayuda del algoritmo digital, sin importar si se identifica o no con sus ideales por completo. En las comunidades sobre política, la apertura abre paso para que dentro de los grupos choquen personas con opiniones diferentes y que entre ellos se den conversaciones que, si bien no, representan vínculos fuertes, si son importantes para la defensa de los puntos de vista particulares.

A continuación, se muestran los memes con los que el grupo abría la nueva etapa política del país con la que no eran compatibles:



Imagen 5: Red Ciudadana Mz2024.⁷



Imagen 6: Red Ciudadana Mz 2024.⁸

⁷ <<https://www.facebook.com/RedCiudadanaMZ2018/posts/1095073850665830>>. Fecha de consulta: 01 de diciembre de 2018.

⁸ <<https://www.facebook.com/watch/?ref=saved&v=209192196653360>>. Fecha de consulta: 22 de diciembre de 2018.

Estos dos memes se publicaron en el grupo durante el mes de diciembre del año 2018; el primero apareció el 1 de diciembre, que coincide con el día oficial de entrada en labores del presidente en México; el segundo, el día 22 del mismo mes, la premura con la que fueron publicados ambos memes, en especial el primero, expresan también el contexto político y social con el que se recibía el gobierno. Durante el tiempo de campaña, los llamados opositores utilizaron las redes sociales para remarcar las promesas que sabían que el entonces candidato López Obrador no podría cumplir, así que al momento del cambio no se perdió la oportunidad para recordar que las promesas no se habían cumplido en las primeras horas, como se señaló en todo el tiempo de la campaña electoral de los candidatos; otra de las características que los memes han ganado, con la evolución que han tenido en los medios digitales, al pasar de gráficos simples a ediciones un poco más complejas. Adquieren la capacidad de explicar, mediante imágenes, situaciones que se viven más allá de los entornos virtuales y que afecta a un grupo social fuera de lo *online*; poco a poco los nuevos códigos comunicativos se hacen tan cotidianos que se implantan en los imaginarios colectivos, sin importar que rebasen el espacio para el que fueron diseñados.

Es una estrategia que sirve también para que personas no afines a los objetivos de un grupo se sumen y lleven sus opiniones diferentes a los objetivos de la comunidad; con la esperanza de crear debates dentro y fuera de las redes sociales, por tanto, no sólo los memes se convierten en herramientas discursivas usadas para los ataques políticos, en general todos los elementos de los contextos virtuales son usados para los ataques de este tipo.

Con los ejemplos, aquí presentados, se puede ver que la política ha mostrado su interés por estar lista para tomar nuevos planos y desenvolverse en ellos, tanto en acciones, como sus actores. Impulsada por los algoritmos y de la mano de la mercadotecnia ha tomado todos los recursos posibles, como los memes para presentarse ante nuevos y muy diversos públicos, esta vez, dando la sensación de una libertad de participación, pero siempre con el manejo de las emociones de una forma muy discreta y sin que los usuarios sospechen que cada uno de sus actos digitales alimenta las funciones tecnológicas, que, a su vez, son tomadas como impulso para la construcción de nuevas tácticas políticas.

En los memes digitales [...] se puede ver la importancia social que en la actualidad tiene la política para la mayoría de los individuos, la participación de las personas ha crecido en gran medida, [...] en los espacios digitales con la

participación y circulación de la cantidad de *imemes*⁹ [que estamos viviendo], se puede confirmar que para una parte de los usuarios, quienes probablemente inviertan una gran cantidad de horas en las redes digitales, existe la necesidad de crear una nueva modalidad de ejercicio comunicativo que, en cierto sentido les deja sentirse activos en los procesos políticos y, que más personas tengan la oportunidad de ser escuchados y tomados en serio. [Juárez 2020: 117].

Pero los memes no son los únicos elementos usados en la política para manejar la descarga emocional de los públicos, de la misma forma son usadas la *Fake News* y los *Hashtags* —etiquetas digitales que se usan para colocar en tendencia algún tema o persona en particular. Al final, el objetivo es crear una opinión instantánea, pero que, cuando se le necesite, tenga fuerza y sea capaz de mover los resultados en la nueva era democrática, que, poco a poco, ha tomado forma y se ha posicionado con una gran fuerza, la cual, en un principio, era difícil de imaginar que lograría.

En el nuevo modelo de política y democracia digital por el que está pasando México y otros países en el mundo, las imágenes son lo más importante ahora, ya no importa que sean manipuladas y editadas, lo relevante es que exista un receptor de su mensaje, que se apropie hasta que las vuelva constantes. No importa si lo que se transmite es correcto o no, lo fundamental es que se ponga al alcance de la mayor cantidad de personas; quienes no lo cuestionen y que, por lo contrario, sigan impulsando su movimiento por la red, para la creación de comunidades y vínculos que formen un sesgo informativo del cual sea difícil y temeroso salir.

REFLEXIONES FINALES

México ya está inmerso en una dinámica digital que incluyen aspectos como su política, desde hace algunos años Internet ha sido un causante de cambios en la sociedad mexicana; no significa que la brecha digital se haya terminado, al contrario, el aumento del uso de las redes sociales ha evidenciado la calidad y el tipo de conexión que algunas esferas sociales tienen. Pero, por otro lado, el hecho de que en el país, durante la cuarentena, se incrementara el uso de redes como Facebook y WhatsApp, habla de cómo lo digital dejó de ser una moda o un aspecto lúdico y ahora es la cotidianidad social y cultural de muchos.

⁹ Es el término que propuso José Vélez para identificar, de forma específica, los memes que se mueven únicamente en las plataformas digitales: “aquella información que es copiada a través de Internet por voluntad de los propios usuarios” [2015: 117].

Atravesamos por una nueva realidad, en la que es necesario ampliar el entendimiento sobre la influencia que tiene la red. Al hablar de los fenómenos digitales se debe tener presente que se trata de una cibercultura, de comunidades y vínculos digitales que dejaron de ser una parte alterna o lúdica de las vidas de las personas, ahora son la cotidianidad de un gran número de usuarios y no sólo ha transformado las relaciones y la comunicación, sino la forma de pensar, de construir las mentes y la manera de participación de las personas con acceso a la red.

En cuanto a las nuevas estrategias de política, si bien es cierto que no es la primera vez que se utilizan recursos que se difunden por medios masivos o formatos cortos y visuales como los grafitis y las rimas; en esta ocasión los memes no son únicamente la nueva forma de presentarse ante los nuevos públicos, la principal diferencia es que, cuando se habla de una apropiación de éstos, se habla también de la capacidad de que una misma persona sea creador y consumidor, reapropiando ideas de otros para fortalecer las suyas y convertirlas en un proceso cíclico que se mueve por la web.

Tal parece que ahora se necesita un poco de tiempo, un acceso intermedio a la red y algunos programas de edición para poder tomar una imagen y un texto que se convierta en un meme y crear así sus propios mensajes. Estos recursos se han masificado de tal forma que a veces son demasiado, quienes pasan tiempo en redes sociales como Facebook, son objeto de un bombardeo de imágenes, que pretenden ser informativas, pero es tanta la información que se recibe, la credibilidad ya no es importante, sólo importa estar presentes, ser vistos y difundidos.

Los memes han encontrado la vía para salir de una plataforma y colocarse como tema de interés en otras, gracias a su construcción y al objetivo que todas comparten en común —hacer que los usuarios destinen más tiempo de su día a navegar en Internet y para ello se busca hacer agradable, accesible y popular la forma de interacción que se construye en lo digital.

Para lograr dicho objetivo, en las plataformas se construye un hipertexto que da a los usuarios la oportunidad de no limitarse a una sola forma de comunicación y no sentirse excluidos, para fomentar así la presencia más profunda de las redes sociales en la vida de las personas. El hipertexto digital se distingue por la forma en la junta de varios bloques de palabras, imágenes, audios o vídeos, que unen electrónicamente diversos trayectos; es un texto abierto que enlaza la red y que puede ser intervenido tantas veces como sea necesario para adaptarse y no desaparecer en la inmensidad del ciber mundo.

Es esa forma de conectar es la que permite que las ideas de los usuarios en las redes recorran mayores distancias y lleguen a públicos más amplios, además, los memes se acompañan de enlaces que pueden conducirnos a

otros grupos u otras plataformas. Las participaciones son variadas y se vuelven un poco más difícil de rastrear, ya que la cantidad se amplía tanto y es tan distinta que muy pocos usuarios se toman el tiempo de leer lo que ya han dicho otros y lo único que quieren es poner su propia opinión.

La forma tan rápida de interacción es lo que quizá contribuye a que ni los políticos ni el resto de los usuarios, incluso las propias plataformas estén preparadas para entender el cambio a una democracia digital y se busque la forma en limitar el uso de estas herramientas digitales. Tanto en México como en otros países, intentaron poner una especie de candado al uso de los memes, aunque ninguna ha tenido un efecto tan profundo como las aplicadas en países con regímenes muy estrictos, como Rusia, Nigeria, China y Corea del Norte, donde se limita el uso y consumo de Internet, para evitar así los ataques de los opositores a los gobiernos actuales.

En México los memes ahora se acompañan de las famosas y ahora muy populares *Fake News*, el país ha sido catalogado en el 2020 como uno de los primeros en compartir información falsa usando las redes sociales. Junto con los memes los usuarios de redes en el país han construido sus propias burbujas digitales, en lugar de ampliar la construcción de una opinión pública, se encuentran cientos de ellas, cada una tan distinta y ninguna con la certeza de lo que se está diciendo tampoco tienen neutralidad. Si bien es cierto que la política nunca ha sido neutra, con el manejo de la comunicación digital es aún más marcado.

La información en la red sigue avanzando, las personas han perdido la confianza en los medios, están encontrando nuevos medios de información, en los que pueden participar activamente y no ser consumidores pasivos, donde las imágenes se han vuelto tan relevantes que aquello que no es visto no es atendido y los memes son el ejemplo. La imagen ahora desplaza al texto y es la principal fuente de comunicación, además, el humor y el anonimato de las plataformas facilita expresarse sin atender la normatividad de lo políticamente correcto. En un país, como México, el sarcasmo popular, que se maneja como un sello cultural y que se aplica para cualquier tema, es la raíz de la atención, la cual se centra en la identidad y en la forma de convivir de los mexicanos en la red.

REFERENCIAS

Amorós García, Marc

2018 *Fake News. La verdad de las noticias falsas*, Jordi Évole (pról.). Plataforma Editorial. México.

Armella, Julieta y Diego Picotto

2013 Entre la virtualidad de la infósfera y el placer de la lentitud. Entrevista a Franco Berardi. *La Trama de la Comunicación*; Vol 17, Universidad Nacional de Rosario <<https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/417>>. Consultado el 10 de agosto de 2022.

Asociación de Internet MX

2021 *17° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2021*. <<https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios/habitos-de-internet>>. Consultado el 10 de agosto de 2022.

Blackmore, Susan

2000 Memes de la nueva era, en *La máquina de los memes*. Paidós. Barcelona: 254-260.

Camacho Barajas, Javier

2014 Sobre la representación simbólica de elementos extratextuales en el lenguaje utilizado en algunos medios digitales. Tesis de licenciatura. Universidad Autónoma de Baja California. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. México.

Davies, William

2019 *Estados nerviosos. Cómo las emociones se han adueñado de la sociedad*. Vanesa García Cazorla (trad.). Editorial Sexto Piso. Madrid.

Dawkins, Richard

1976 Memes: los nuevos replicadores, en *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Salvat Editores. Barcelona: 215-233.

De la Peña Martínez, Francisco

2020 *Mundos mediáticos y antropología del presente. De la cultura televisual a la cultura digital*. Ediciones Navarra. Ciudad de México.

Di Felice, Massimo

2019 La era viral. Características fundamentales de una sociedad y una cultura en red, en *Viralidad. Política y estética de las imágenes digitales*. UAM, Gedisa. México: 31-52.

Eco, Umberto

1986 *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Lumen. Barcelona.

Espinosa Nájera, Ozziel

2019 Representaciones imaginarias de la tecnología en *Futuros Digitales. Exploraciones socioculturales de las TIC*, Daniel Hernández Gutiérrez et al. (coords.). UAM, Juan Pablos Editor. México: 69-96.

Galindo Cáceres, Jesús

2006 *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ Instituto Mexiquense de Cultura. México.

Guillamó, Mario

2019 Una aproximación a la política meme. Ideología y politización en las redes. La Gaceta de los Miserables. <<https://gacetadelosmiserables.com/2019/01/14/aproximacion-a-la-politica-meme/?fbclid=IwAR3rOuv-LByjBpOHI2XBF-nOkzBhvtLS2QKpU7qzqbxDhgC>>. Consultado el 10 de agosto de 2022.

Gutiérrez Vidrio, Silvia y Margarita Reyna Ruiz

2020 Los memes en la política: primer debate de la contienda presidencial mexicana 2018. *Virtualis*, 11 (21): 89-108. <<https://doi.org/10.2123/virtualis.v11i21.338>>. Consultado el 10 de agosto de 2022.

Han, Byung Chul

2022 *INFOCRACIA. La digitalización y la crisis de la democracia*. Penguin Random House, Grupo editorial. México.

Juárez Morales, Karina

2020 *El discurso político a través del imeme. El caso de las decisiones de Andrés Manuel López Obrador*. ENAH, INAH. México.

Lissack, Michael R.

2004 The Redefinition of Memes: Ascribing Meaning to an Empty Cliché. *Journal of Memetics-Evolutionary Models of Information Transmission*, 8 (8): 48-65.

Van Dijck, José

2016 *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires.

Vélez Herrera, José Ivanhoe

2015 Influyendo en el ciberespacio con humor: imemes y otros fenómenos. *Estudios de Comunicación y Política*, 35, marzo-abril: 130-146.

Pestarino, Julieta y Greta Winckler

2018 Memes políticos: apropiabilidad digital en la web 2.0. *Artefacto Visual*, 3 (4): 24-37.

Pérez Salazar, Gabriel

2017 *El meme en Internet, identidad y usos sociales*. Fontamara. México.

Pérez Salazar, Gabriel y Sergio Corona Reyes

2019 *When pones #HailGrasa: códigos comunicativos en grupos autistas. Una aproximación sistemática*, en *Futuros Digitales. Exploraciones socioculturales de las TIC*, Daniel Hernández Gutiérrez et al. (coords.). UAM, Juan Pablos Editor. México: 23-48.