

El meme como ágora digital del lenguaje político contemporáneo.

El caso del movimiento 21N y 11S en Colombia^[1]

The meme as a digital agora of contemporary political language.

The case of the 21N and 11S movement in Colombia

O meme como ágora digital da linguagem política contemporânea.

O caso do movimento 21N e 11S na Colômbia

Le mème comme agora numérique du langage politique contemporain.

Le cas du mouvement 21N et 11S en Colombie

Fuente: Angie Cicua

Autores

Andrés Fernando
Castiblanco Roldán

Universidad Distrital Francisco José de Caldas
afcastiblancor@udistrital.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-7272-0133>

Jaime Andrés Wilches
Tinjacá

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano
jwilches@poligran.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-4425-9394>

Recibido: 29/04/2022
Aprobado: 30/06/2022

Cómo citar este artículo:

Castiblanco Roldán, A. F. y Wilches Tinjacá, J. A. (2022). El meme como ágora digital del lenguaje político contemporáneo. El caso del movimiento 21N y 11S en Colombia. *Bitácora Urbano Territorial*, 32(III): 123-136. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v32n3.102368>

[1] El artículo hace parte de la investigación Memorias de una Pandemia (2020-2021), financiada por la Maestría en Investigación Social Interdisciplinaria (MISI) de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en alianza con el Grupo de Trabajo Territorialidades, espiritualidades y cuerpos del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Reconocimiento a la asistencia de investigación de estudiantes de la MISI y Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital.

Resumen

El 21 de noviembre de 2019 (21N), Colombia vivió una de las protestas sociales más impactantes de su historia. La efervescencia de la movilización fue neutralizada por el aislamiento social generado por la COVID-19 y desafiada el 11 de septiembre de 2020 (11S), tras el asesinato de un ciudadano por excesos de la fuerza policial. No obstante, la sociedad civil resistió a las medidas coercitivas de la pandemia y a la violencia estatal con la viralización de memes como expresión sintética, hiperbólica e irónica de la realidad. En ese sentido, el objetivo del artículo es analizar cómo los memes, a partir de los planos icónico, semántico y humorístico, catalizan la comprensión de las protestas sociales y movilizan una tendencia global a reforzar las críticas al poder político y económico desde el activismo digital. Se trabaja la metodología del análisis multimodal con un corpus de 201 memes. Los resultados evidencian cómo el meme transforma un mensaje instantáneo en prácticas discursivas que critican la acción o inercia de instituciones estatales y privadas. En conclusión,

se propone que, si bien los memes no son garantía de una transformación de la realidad, sí revitalizan movilizaciones sociales tradicionales que buscan empatía social desde la esfera pública.

Palabras clave: memes, protesta social, sociedad de la información, redes sociales, comunicación política

Autores

Andrés Fernando Castiblanco Roldán

Doctor en Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Nacional de Colombia. Profesor Titular y Coordinador de la Maestría en Investigación Social Interdisciplinaria, Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Líder del Grupo Representación, Discurso y Poder.

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000390410

Jaime Andrés Wilches Tinjacá

Doctor en Comunicación, Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Docente-investigador del programa de Administración Pública, Institución Universitaria Politécnico Granacolombiano. Líder del Grupo Interdisciplinar en Asuntos Públicos (GIAP).

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000884014

Abstract

On November 21st, 2019 (21N), Colombia experienced one of the most shocking social mobilizations in history. The effervescence of the mobilization was neutralized by the social isolation generated by COVID-19 and challenged on September 11th, 2020 (9S), after the murder of a citizen due to excessive use of force by law enforcement. However, civil society resisted the coercive measures of the pandemic and the state violence with viral memes as a synthetic, hyperbolic, and ironic expression of reality. In this regard, the objective of the article is to analyze how memes, from iconic, semantic, and humorous perspectives, catalyze the understanding of social protests and mobilize a global trend to reinforce criticism of political and economic power, from digital activism. The methodology of multimodal analysis is worked with a corpus of 201 memes. The results show how the meme transforms an instant message, into discursive practices that criticize the action or inertia of state and private institutions. In conclusion, it is proposed that although memes are not a guarantee of a transformation of reality, they do revitalize traditional social mobilizations that seek social empathy from the public sphere.

Key words: memes, social protest, information society, social networks, political communication

Résumé

Le 21 novembre 2019 (21N), la Colombie a connu l'une des mobilisations sociales les plus choquantes de son histoire. L'effervescence de la mobilisation a été neutralisée par l'isolement social engendré par la COVID-19 et défiée le 11 septembre 2020 (11S), à la suite du meurtre d'un citoyen par excès de la police. Cependant, la société civile a résisté aux mesures coercitives de la pandémie et de la violence étatique avec la viralisation des mèmes comme expression synthétique, hyperbolique et ironique de la réalité. En ce sens, l'objectif de l'article est d'analyser comment les mèmes, dans les plans emblématique, sémantique et humoristique, catalysent la compréhension des grèves sociales et mobilisent une tendance mondiale à renforcer les critiques du pouvoir politique et économique, depuis l'activisme numérique. Nous avons travaillé d'après la méthodologie de l'analyse multimodale avec un corpus de 201 mèmes. Les résultats montrent comment le mème transforme un message instantané en pratiques discursives qui critiquent l'action ou l'inertie des institutions étatiques et privées. En conclusion, il est proposé que bien que les mèmes ne soient pas la garantie d'une transformation de la réalité, ils revitalisent les mobilisations sociales traditionnelles qui recherchent l'empathie sociale depuis la sphère publique.

Resumo

No dia 21 de novembro de 2019 (21N), a Colômbia viveu uma das mobilizações sociais mais impactantes de sua história. A efervescência da mobilização foi neutralizada pelo isolamento social gerado pela COVID-19 e desafiada em 11 de setembro de 2020 (11S), após o assassinato de um cidadão por excessos da força policial. No entanto, a sociedade civil resistiu às medidas coercivas da pandemia e da violência estatal com a viralização de memes como expressão sintética, hiperbólica e irônica da realidade. Nesta direção, o objetivo do artigo é analisar como os memes, desde os planos icônico, semântico e humorístico, catalisam a compreensão dos protestos sociais e mobilizam uma tendência global a reforçar as críticas ao poder político e econômico, desde o ativismo digital. Trabalha-se a metodologia da análise multimodal com um corpus de 201 memes. Os resultados evidenciam como o meme transforma uma mensagem instantânea em práticas discursivas que criticam a ação ou inércia das instituições estatais e privadas. Em conclusão, propõe-se que embora os memes não sejam garantia de uma transformação da realidade, sim revitalizam as mobilizações sociais tradicionais que buscam empatia social desde a esfera pública.

Palavras-chave: memes, protesto social, sociedade da informação, redes sociais, comunicação política



El meme como ágora digital del lenguaje político contemporáneo.

El caso del movimiento 21N y 11S en Colombia

Mots-clés: mèmes, protestation sociale, société de l'information, réseaux sociaux, communication politique

Introducción

Memos y Activismo Digital en el Espacio Público

La noción del meme como vehículo de comunicación y de difusión de ideas que representan la cotidianidad social tiene su origen en los trabajos de Dawkins (1999). No obstante, el meme debe a la revolución de las tecnologías de la información su capacidad de anclaje y popularización en los imaginarios sociales. Aunque los investigadores en el campo de la comunicación se han preocupado por el estudio de los memes en la historia reciente (Neumayer y Rossi, 2018), debe reconocerse que hay investigaciones que ya advertían el poder de los memes en las movilizaciones sociales, como sucedió con el caso de la Primavera Árabe (Castillo, 2013) o los movimientos antisistema en Occupy Wall Street (Milner, 2013).

Estos dos movimientos, en otro tiempo mediados por la selección informativa de los emporios corporativos, fueron precursores de una nueva forma de comunicar. Los manifestantes en contra del régimen político (Primavera Árabe) o del modelo capitalista (Occupy Wall Street) descentralizaron la información canónica de la televisión y la prensa, y potenciaron el uso de redes sociales para mostrar otras visiones de las realidades que allí se vivían. No se puede afirmar de manera categórica que fueron las primeras manifestaciones de descentralización de la información vía difusión y viralización de redes sociales, pero sí marcaron un cambio de época que fue alimentándose con la entrada de nuevas redes sociales. Se trata de la transformación del ciudadano receptor de información a la categoría de prosumidor (Jenkins, 2008; Reyes, 2018).

De esta manera, nace en la tercera década del siglo XXI un activismo que va a trascender la clásica manifestación pública (sin que esto signifique abandonarla como mecanismo de presión ante las instancias de poder) y a legitimar las formas de protesta con estrategias de comunicación que permitan ganar la solidaridad de ciudadanos que no tienen tiempo de participar en prácticas activistas (Halupka, 2018), pero que llegan a mostrarse empáticos a los cuestionamientos de las organizaciones que lideran la protesta social. La reacción del like en Facebook, los emoticones en WhatsApp o los corazones en Instagram y Twitter, se convertirán en los nuevos indicadores que medirán las tendencias o discusiones relevantes o pasajeras de la sociedad (Castro, 2009).

La pandemia del coronavirus llevó a un reforzamiento de la privatización de la vida social. Las protestas en el mundo se vieron paralizadas en la plaza pública, y los gobiernos dictaminaron el aislamiento social, haciendo caso omiso a las reivindicaciones que desde distintos sectores se venían agenciando en temas como el cambio climático, la equidad de género, el modelo económico, la gobernanza ambiental y la crisis del Estado-nación.

Estos escenarios en disputa fueron en un primer momento neutralizados por las medidas sanitarias restrictivas. Sin embargo, las redes sociales abrieron espacios de interacción para establecer canales de diálogo

No obstante, el meme, como representación ágil, diversa y anárquica frente a los derechos de autor y propiedad intelectual (que desactiva en parte guerras de egos o figuraciones intelectuales), sí ha logrado movilizar en tiempo de coronavirus y aislamientos sociales la explosión de lenguajes contestatarios frente a la crisis de la globalización y de los Estados-nación.

ciudadano a partir de identidades que convergen en lo global, pero que tienen tensiones que hacen parte de idiosincrasias locales. En los dos escenarios, la expresión del meme como recurso sintético, hiperbólico e irónico de la realidad, estrecha lazos, descentraliza la información y se articula a las problematizaciones de la esfera pública. No obstante, es preciso advertir que este fenómeno enfrenta los retos de ciberviolencia, posverdad y discursos de odio de grupos contrarreformistas que también entienden la necesidad de disputar el territorio digital con los activismos disconformes del statu quo (Zalis y Posada, 2019).

Colombia en la Tendencia Global

En el estudio de caso de Colombia y de las manifestaciones del 21N y 11S, se evidenciarán dos momentos claves en una sociedad que históricamente registra uno de los más bajos índices de protesta social en Latinoamérica y, a su vez, uno de los más altos en criminalización del activismo (Hernández y Castiblanco-Moreno, 2021). El primer momento es el 21 de noviembre de 2019. En la coexistencia en la diferencia hay un discurso de inconformismo generalizado (ya no solo desde el centro de la capital, sino extendido en las regiones), producto de la debilidad institucional en la lucha contra la corrupción, de la falta de garantías para la educación superior y del incumplimiento de los acuerdos de paz —que ha traído como consecuencia el asesinato de líderes sociales en regiones afectadas históricamente por el conflicto armado—. En el segundo momento, el 11 de septiembre de 2020, cuando se auguraba la continuidad de las protestas del 2020, la COVID-19 frenó el impulso de movilización en las calles, pero potenció las estrategias de difusión de la sociedad civil organizada en las redes sociales, donde han crecido las denuncias y la inconformidad frente a medidas gubernamentales —incluso relacionadas con las políticas públicas para evitar contagios—. Entre estas estrategias digitales, el meme se ha convertido en una de las expresiones masivas que logra enraizarse en el imaginario social y crear debate público-virtual.

De acuerdo con lo expuesto, el objetivo del artículo es analizar cómo los memes, a partir de los planos icónico, semántico y humorístico, catalizan la comprensión de los contextos y las coyunturas de las protestas sociales en Colombia. El artículo se divide en cuatro apartados: el marco teórico, en el que se explica la noción de meme según cada uno de los planos ya mencionados; la presentación de la metodología y del corpus del trabajo, en donde se resalta la multimoda-

lidad del meme como descriptor de diversos registros sociales; el análisis de los resultados, con énfasis en las estrategias de formato, enfoque e intención en las que el meme representa las visiones del activismo digital, y las conclusiones, orientadas a desmitificar la banalidad del meme —sin llegar a idealizarlo como un modelo de transformación social— y a ubicarlo como un irruptor del lenguaje político contemporáneo y la deliberación en la esfera pública.

El Meme desde lo Icónico, Semántico y Humorístico

El ágora era para los griegos un lugar sagrado donde desarrollaban diálogos alrededor de la política y los asuntos que correspondían a la ciudadanía de la polis. La traducción en el mundo moderno de este concepto espacial antiguo, que está emplazado en términos de la comunicación y la expresión de masas, se reconfiguró a través de conceptos como la plaza pública.

No obstante, todos estos movimientos de reivindicación social y cultural que se daban cita en las plazas públicas comenzaron a sentir un desplazamiento como consecuencia de la irrupción de la pandemia. Tal desplazamiento trajo la emergencia de una nueva forma de manifestación política, la cual empieza a configurarse a través de la apropiación de herramientas digitales. Los memes aparecen, entonces, como unidades de sentido que permiten procesos comunicativos instantáneos para reacciones efímeras de ciberusuarios, pero que también potencian la construcción de una masa crítica.

Según Dawkins (2000), los memes son unidades culturales aprendidas o asimiladas que no se transfieren genéticamente. Esto quiere decir que van más allá de las estructuras cognitivas de los grupos sociales y que, por el contrario, tienen un fuerte asidero en los repertorios y contextos situacionales donde se inscriben este tipo de manifestaciones comunicativas. Una de las características inherentes al meme es que la imagen es base o espacio de enunciación; es un elemento que constituye el ejercicio de plasmar de manera idéntica a la realidad, cuyo uso se multiplica a partir de una 'demanda de la imagen' y una necesidad de visibilidad (Murthy, 2018).

Al empezar este apartado con la alusión al ágora se propone apostar por la emergencia de un tipo de

meme que se ha convertido en una expresión emergente de la cultura política y en una pieza de crítica a coyunturas y hechos que conforman la cotidianidad sociocultural.

Estas características hacen parte de tres planos: el icónico; el semántico, ya sea porque la historia envuelve al meme o porque le da un marco de aceptación (Castiblanco, 2018), y el humorístico, con expresiones como el sarcasmo, la ironía y la hipérbole, con las cuales se codifica un registro que manifiesta y posiciona un estatus de crítica política (Sampedro, Nos-Aldás y Farné, 2019).

El primer plano sitúa la plataforma de enunciación icónica (plantilla) y de la representación que sugiere la pregunta que plantea Buck-Morss (2009) a propósito de la premisa esbozada por la semióloga Julia Kristeva (Citada por Buck-Morss, 2009, p. 27), en la cual afirma que “las imágenes son el nuevo opio del pueblo”,

¿cómo pueden las representaciones creativas individuales tener efecto social y político, si no es a través del compartirse las imágenes, y cómo pueden estas compartirse si no es precisamente a través de esa cultura de la imagen que amenaza con aplastar nuestras imaginaciones individuales, que según reclama Kristeva necesitan ser protegidas de ello? (p. 28)

El contexto en el que se formula esta pregunta ha evolucionado, pero la respuesta es cada vez más avasalladora en el territorio de las lógicas virtuales caracterizadas por la repetición y la diáspora. Al respecto, los lenguajes estéticos y sus interfaces han constituido nuevas lógicas de los movimientos sociales y políticos emergentes a partir de lenguajes performáticos que subvierten las manifestaciones convencionales y evitan etiquetas que las agrupen en un sector político (Barrera y Hoyos, 2020). Al respecto, Paredes (2019) reafirma cómo esa necesidad de enunciación alterativa ha trascendido a otros espacios de la vida cotidiana:

Tal politización se ha difundido por el espacio social, contagiando a otros actores sociales y a la ciudadanía, reforzando la crítica de la mercantilización de la vida social, al tiempo que se fomentan nuevas causas sociales en aras de la democratización de la sociedad. (p. 144)

Esto genera un primer aspecto clave que es el de ‘legibilidad visual’ y ‘repetición’ (Burke, 2001). En este caso, la constitución icónica del meme, como parte de estos lenguajes políticos, toma como base una figura, o diseño contextual (plantilla), a partir de la cual su circulación masiva va construyendo una fijación co-

lectiva a través del tiempo. En el caso de la imagen es figurado un acomodamiento que depende de lo que expone, no importa si es fiel su reflejo con lo real; ese aparente significado está al margen de lo que el mundo puede hacer en la realidad.

De ahí que un segundo plano esté comprendido en su función de activación de las significaciones del orden fáctico y convencional. Panofsky (1983) propuso la existencia de tres tipos de significación: primarias, secundarias e intrínsecas. Estas permiten adentrarse en el tipo de cualidades icónicas que están en el trasfondo de la composición del meme, ya que parte de su efectividad surge de la capacidad semántica a nivel fáctico (empatía sensorial), de su interiorización emocional (que vincula el gesto con su significación) y de la convención con el signo compuesto (la circulación y vigencia de códigos históricos y culturalmente situados).

Dichas funciones han conseguido que incluso en la lengua se instale la écfrasis de los memes. Un ejemplo se encuentra en la expresión verbal “se tenía que decir y se dijo” —frase acuñada del videojuego Club Penguin—, cuya circulación icónica se complementó con la figura de un pato que hace parte de un personaje ficticio producido por una empresa japonesa de suvenires (ver Figura 1) (El Universal, 11 de abril de 2019). Este elemento de écfrasis recuerda la capacidad de reunir diferentes tipos de significación y de expresión que configuran la manera en que “el oído y el ojo que hacen /juntos en la misma cama, arrullados por acentos imperecederos. El extrañamiento de la división entre la imagen/texto se supera y una forma sintética y suturada, un icono verbal o una imagen texto surge en su lugar” (Mitchell, 2009, p. 139).



Figura 1. Plantilla de meme: ¡Se tenía que decir y se dijo!
Fuente: Archivo del equipo de investigadores, 2020.

En el tercer plano, es importante analizar cómo el meme dispone de los códigos a partir del humor como elemento clave de transgresión de lo que se podría denominar, con Deleuze y Guattari (2010), regímenes de enunciación. Como lo señala Moglia (2012) en su análisis del humor político, en los actos de habla mediales la deformación humorística se muestra como un mecanismo que contribuye a romper sentidos definidos del lenguaje, al trastocar los géneros de distintas órbitas de la organización cultural. En este sentido, Moglia pone, sobre el plano de la composición de la pieza memética mixta, la identificación de esas fronteras entre decirlo de un modo sobre un plano de lo común lingüístico —como resultado de los efectos de la lógica informativa, como fuente infalible del acontecimiento por la rapidez con que se tocan fibras íntimas desde lo inmediato del hecho noticioso (Han, 2022)— o la viralización en redes sociales, donde estas pequeñas piezas furtivas al modo de guerrillas semióticas entran en acción.

En este caso el humor es un elemento transversal que juega con lo icónico, que no es un elemento nuevo, ya que en el caso de la caricatura se apostaba en clave de sátira (Oviedo, 2018) y, en lo lingüístico, se junta la esencia de lo común en un repertorio de producción humorística y transformaciones del lenguaje político medial (Benavides, 2018).

Desde estas tres dimensiones, el meme ha logrado pasar de ser un recurso pasajero de sátira en la comunicación digital a convertirse en una estrategia para llamar la atención sobre temas álgidos en el debate público. Es precisamente por su capacidad de estandarizar imágenes, de producir frases en la vida cotidiana y de ironizar las incoherencias del poder, por lo que se activa su capacidad de masificación (Castañeda, 2015). A diferencia de la caricatura, el análisis político o los liderazgos sociales, el meme convoca al ciudadano de a pie para integrarlo en la producción de sentido, sin necesidad de invocar autorías intelectuales (de ahí que el poder del meme pueda recaer en que pocos grupos sociales o individuos reclamen derechos de uso sobre una pieza comunicativa). De su poder libertario de reproducir y modificar a su antojo la imagen, el sentido o efecto humorístico, el meme convierte el espacio clásico de debate en un ágora digital en la que coexisten modos de vivir y pensar.

Metodología

Diseño Metodológico

Con el fin de abordar las piezas registradas, se optó por un análisis multimodal (Kress, García, & Van Leeuwen, 2008) que plantea como base tres requisitos indispensables que poseen los sistemas de comunicación humana: la manera de representar aspectos relevantes de las relaciones sociales, la representación de los hechos, estados de cosas y percepciones de la vida cotidiana, y el hacer posible la producción de mensajes que tengan coherencia internamente como texto y externamente con aspectos relevantes del entorno semiótico —el contexto como condición de posibilidad (González, 2007)—.

Con estos elementos que aporta la semiótica discursiva y el análisis multimodal, se estudiarán los memes y se dialogará con los contextos sociocríticos en los cuales ellos se disponen a interactuar. Es importante recordar que esta forma multimodal se acentúa en la convergencia de un complejo conjunto de factores que parten de las historias y sus contextos. Incluso, las estimaciones que están rodeando al productor de los signos construyen el entorno comunicativo de las piezas y el interés que tienen las representaciones para los sistemas comunicacionales.

Esto significa que los productores de signos exigen que haya un horizonte de significantes apropiados con los cuales se puedan expresar de manera efectiva otras formas de sentido (Martínez, 2018; Kilpinen, 2008). De ahí que sea necesario consolidar el análisis tanto en el plano icónico como en el plano semántico, ya que con esto se caracterizan a profundidad elementos como las maneras en que el meme construye escenarios emergentes en el lenguaje político contemporáneo.

Corpus de la Investigación

El equipo de investigación empleó una matriz de análisis para recolectar una muestra de 201 memes referentes a la protesta y movimiento social en Colombia, de noviembre de 2019 a diciembre de 2020. Este instrumento se estructuró a la luz de seis categorías de clasificación: formato de meme, tipo de meme, hecho coyuntural, emisor del meme, medio de publicación e intención comunicativa.

Tópico:								
#	Nomenclatura	Formato de Meme	Tipo de Meme	Hecho Coyuntural	Emisor del Meme	Medio de Publicación	Intención Comunicativa	Investigador
1		GIF	Plantilla	Tema	Grupo Político declarado	Facebook	Reflexión-Pro-puesta	
		Imagen Fija	Captura de pantalla	Mes	Grupo Social declarado	Twitter	Sarcas-mo-Ironía	
				Relación con el Covid-19	Grupo Político-Social parodia	Instagram	Estereoti-par-Juzgar (otro-nosotros)	
		Texto	Diseño original			Replicado por mass media	Medio de Co-municación digital	Otro ¿Cuál?
Caricatura				WhatsApp				

Tabla 1. Ficha de análisis

Fuente: Elaboración propia, archivo del equipo de investigadores, 2020.

Con formato de meme se hace alusión a si el meme se expresa a través de una imagen fija (formato JPG, PNG) o multimedia (GIF, MOV, MP4). Para la segunda categoría, tipos de memes, se identificaron cinco subcategorías que permitieron reflejar las características de forma de la creación de estos elementos visuales:

- Plantilla: hace alusión a las imágenes y situaciones guía con diálogos o espacios en blanco predeterminados para que puedan ser intervenido según los intereses de los grupos o usuarios de internet que tienen acceso a ellas.
- Capturas de pantalla: memes que surgieron de conversaciones o publicaciones de usuarios o grupos de internet y que fueron puestos en circulación a través de screenshots.
- Diseño Original: se refiere a los memes de la muestra que fueron construidos con imágenes de una situación en particular o referente a ella, y que no corresponden a elementos sistemáticos o intenciones comunicativas predeterminadas, sino a una creación auténtica y específica.
- Texto: esta categoría comprende los memes que solo contenían aportes escritos o imágenes preexistentes, que usuarios o grupos de internet decidieron modificar sobreponiendo un texto de su autoría.
- Caricaturas: caracterizadas por tener un diseñador firmado por su autor o un seudónimo.

En cuanto a la tercera categoría, la de hecho coyuntural, se realizó una descripción del contexto social al que iba dirigido el meme, a través de la identificación del tema, mes, año y relación con la COVID-19, para los casos en que aplicase. Debido a la temática central de dichas piezas gráficas se agruparon ocho ejes temáticos: protesta social, gobierno y gobernanza, policía, Alcaldía de Bogotá, encapuchados, escuadrón móvil anti-disturbios (ESMAD), vandalismo y otros.

En la categoría de emisor de meme se contemplaron cuatro subcategorías de clasificación:

- Grupos políticos declarados, creados en redes sociales e internet, que se identifican o son pertenecientes a un movimiento, partido o iniciativa política colombiana.
- Grupos sociales declarados, que refieren a ciudadanos convocados frente causas sociales comunes, sin involucrar o hacer referencia a ideologías políticas.
- Grupo político-Social parodia, que se constituyen bajo la supuesta afinidad o afiliación a iniciativas sociales o políticas con el fin de satirizarlos y hacerles críticas mediante la apropiación de elementos que los identifican.
- Replicado por mass media, es decir, los memes que fueron resaltados y analizados por medios de comunicación tradicionales.

La categoría medio de publicación hace referencia a cuatro plataformas digitales empleadas para la difusión de los memes (Facebook, Instagram, Twitter y WhatsApp y medios digitales de comunicación).

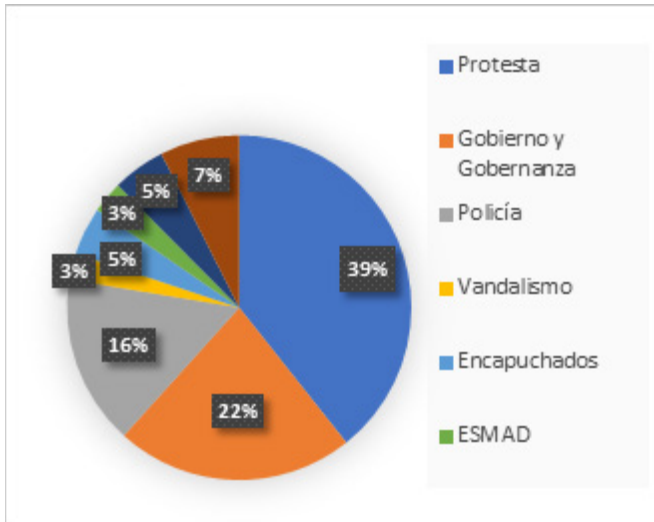


Gráfico 1. Temática central de los memes

Fuente. Elaboración propia, archivo del equipo de investigadores, 2020.

Para finalizar, la categoría de intención comunicativa, que recoge la finalidad del registro en articulación con el plano icónico, se construyó para identificar el propósito de elaboración de los memes en relación con sus respectivos hechos coyunturales, a través de cuatro subcategorías. La primera se relaciona con la forma de abordar problemáticas relacionadas con la protesta, a través del sarcasmo e ironía. La segunda subcategoría refiere a la reflexión o propuesta de solución frente a una problemática social; la tercera, agrupa los memes que fueron creados con el fin estereotipar o juzgar a una persona, ideología, institución o situación y, por último, se dejó espacio para una descripción que fuera excepcional en la intención comunicativa.

Resultados y Discusión

Los resultados revelaron que los investigadores accedieron a 200 memes que contaban con un formato de imagen fija, mientras que solo uno estaba presentado en formato de multimedia gif. Este hallazgo indica que es menos usual encontrar memes con formatos dinámicos o multimedia sobre temas de interés social, que se masifiquen o tengan el mismo alcance que proyectan los memes que solo se componen de elementos visuales sin animación.

En cuanto al tipo de meme, se identificó que las subcategorías con mayor participación frente al total de la muestra fueron plantilla, con el 34%, y diseño original, con el 24%, seguidos de las categorías de captura de pantalla y texto, con el 13%, y caricatura

con el 7%; mientras que la suma de los memes que se pudieron clasificar en dos subcategorías sumó el 8% restante. El predominio de los memes elaborados con plantillas se puede deber a la practicidad que estos brindan para su construcción, ya que contienen imágenes que han sido empleadas numerosas veces en la representación de diferentes contextos. Del mismo modo, se reconoce que la autenticidad de una gran parte de memes con diseños originales se debe a la incorporación o articulación de fotografías tomadas en algunas manifestaciones, en eventos o espacios políticos donde hacían presencia algunos funcionarios públicos —lo que reafirma el plano icónico y de reconocimiento generalizado de la figura susceptible de estar en la estructura memética, en aras de generar comprensión efectiva y generalizada del mensaje—.

Como se puede apreciar en el Gráfico 1, para la tercera categoría se evidenció que, de la muestra tomada, la temática más recurrente fue referente al contexto de la protesta social, con un 39%. Se encontró una gran variedad de invitaciones a manifestar, así como situaciones que se presentaban al interior de las manifestaciones, comparativos de las marchas en Colombia con otros países, diferentes posturas sobre cómo se deben desarrollar las manifestaciones, entre otros. La Figura 2 muestra algunos de los memes más ilustrativos de esta categoría y reafirma la articulación entre el plano icónico y el semántico-lingüístico que, lejos de estar unidos por una causalidad, si están en permanente diálogo para reforzar la capacidad del meme de ubicarse de manera ágil en contextos locales y globales.

La Figura 2 está compuesta por imágenes que representan algunas críticas, perspectivas y pensamientos recurrentes dentro de las manifestaciones: (a) invitación al paro nacional del 21 de noviembre de 2019 (21N) —en este caso el referente global se representa con las relaciones afectivas o fácticas de la imagen y el contexto local con la necesidad de marchar el 21N—; (b) reflexión sobre el gran número de personas y sectores que asistieron al 21N —con una referencia a la iconicidad estereotipada de Jesús—; (c) crítica hacia las personas que están en contra de las protestas y manifestaciones, mediante el comparativo frente al contexto de protestas en Chile; (d) referencia a movilizaciones frente a problemas judiciales que enfrentó Álvaro Uribe y reflexión sobre las actitudes de los asistentes, que algunos consideraron cívicas y pacíficas; (e) crítica a la falta de cumplimiento de las exigencias de las universidades públicas en relación con las medidas tomadas por la COVID-19.



Figura 2. Memes del 21N
Fuente: Elaboración propia, archivo del equipo de investigadores (2020)

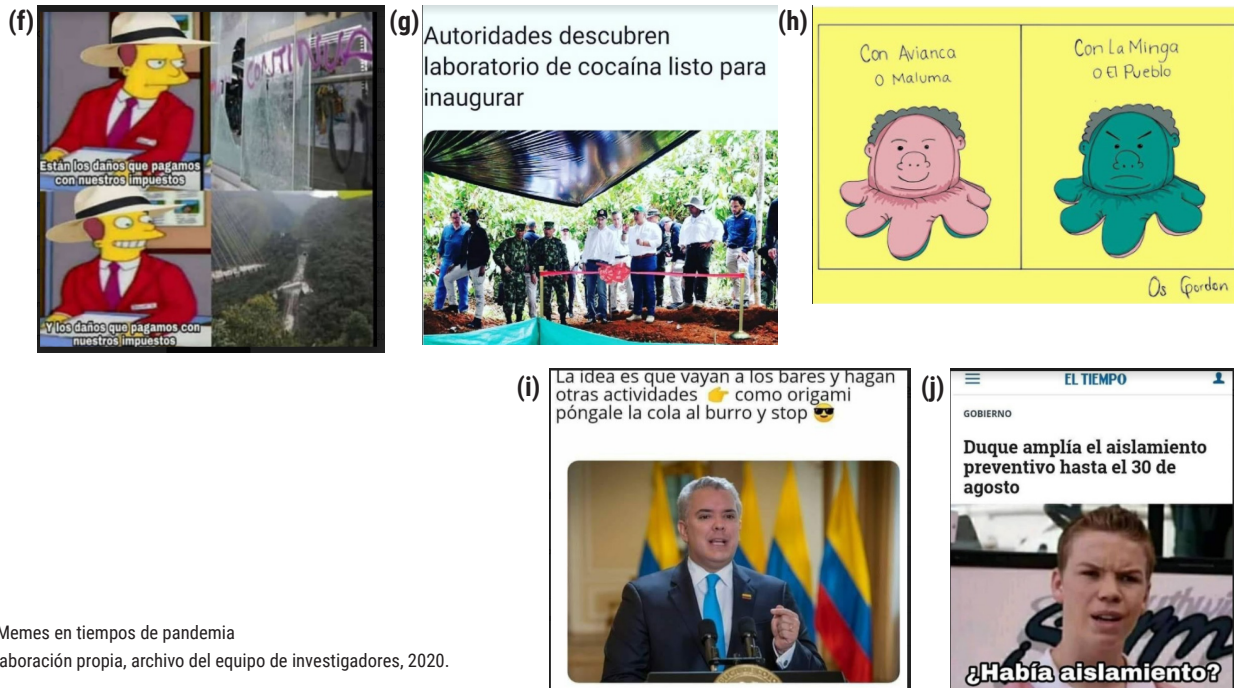


Figura 3. Memes en tiempos de pandemia
Fuente: Elaboración propia, archivo del equipo de investigadores, 2020.

La Figura 3 está compuesta por una serie de memes que reflejan algunas de las temáticas más recurrentes en reflexiones y críticas referentes a las acciones del gobierno de Iván Duque: (f) se descubre un laboratorio de cocaína en la finca del embajador colombiano en Uruguay; (g) en el año 2019 varias personas mani-

festaron por las redes sociales su molestia al ver los destrozos durante las protestas, por ser reparados y pagados con sus impuestos, a lo cual respondieron con memes que reflejaban eventos como la caída del puente de Chirajara, cuyo costeo también provenía del pago de impuestos; (h) la imagen refleja las con-



Figura 4. Memes del 11S
Fuente: Elaboración propia, archivo del equipo de investigadores, 2020.

troveras generadas por la disposición del gobierno Duque frente al préstamo a la aerolínea Avianca y a reunirse con el cantante Maluma, disposición que varios ciudadanos aseguran que no es igual en reuniones con grupos sociales como la convocada con la Minga indígena en el mes de octubre del 2020; (i) crítica a la propuesta del gobierno nacional, en el marco de la pandemia del COVID-19, al señalar la apertura de los bares prohibiendo la venta de alcohol; (j) descontento ante las medidas tomadas para contener la pandemia, demostrando la diferencia entre lo ordenado por el gobierno y la realidad de las calles.

Tomando en cuenta la tercera categoría que se resalta en los resultados de temática central, se evidencian críticas realizadas hacia la actuación de la policía en el ejercicio de sus deberes, de acuerdo con los sucesos que tuvieron lugar el 11 de septiembre de 2020, cuando el ciudadano Javier Ordoñez fue asesinado por integrantes de la Policía Nacional en un procedimiento que fue grabado por un ciudadano. Este hecho generó la reacción a través de las redes y protestas sociales que terminaron en ataques directos a instalaciones de la institución policial (ver Figura 4).

La Figura 4 se conforma de imágenes que reflejan diferentes puntos de vista frente a algunas polémicas en que la Policía Nacional se vio involucrada: (k) crítica a quienes rechazan la destrucción de los CAI y no responden de la misma manera a los actos violentos que han denunciado que ocurren en su interior; (l) reflexión frente a los sobornos de los policías en algunos retenes; (m) a raíz del asesinato del ciudadano Javier Ordoñez a mano de agentes de la policía, se cuestiona la impunidad estatal, la justificación de algunos sectores de la sociedad civil y la permisividad de los medios de comunicación; (n) crítica a declaraciones de grupos sociales y políticos que, debido a la propuesta de una reforma policial, aseguraron que solo se trataba de casos particulares y no de un problema institucional; (ñ) críticas frente al rechazo de algunos ciudadanos a la Policía Nacional en cuanto ellos son los únicos garantes de la seguridad.

En los resultados de la categoría de medios de publicación, Facebook aparece con el 53%, seguido de Instagram con un 36%, Twitter con 7%, medios digitales y WhatsApp con un 2%. Los resultados frente a las dos redes sociales que encabezaron esta categoría se explican por la intencionalidad de sus plataformas, ya que permiten la conformación de grupos o cuen-

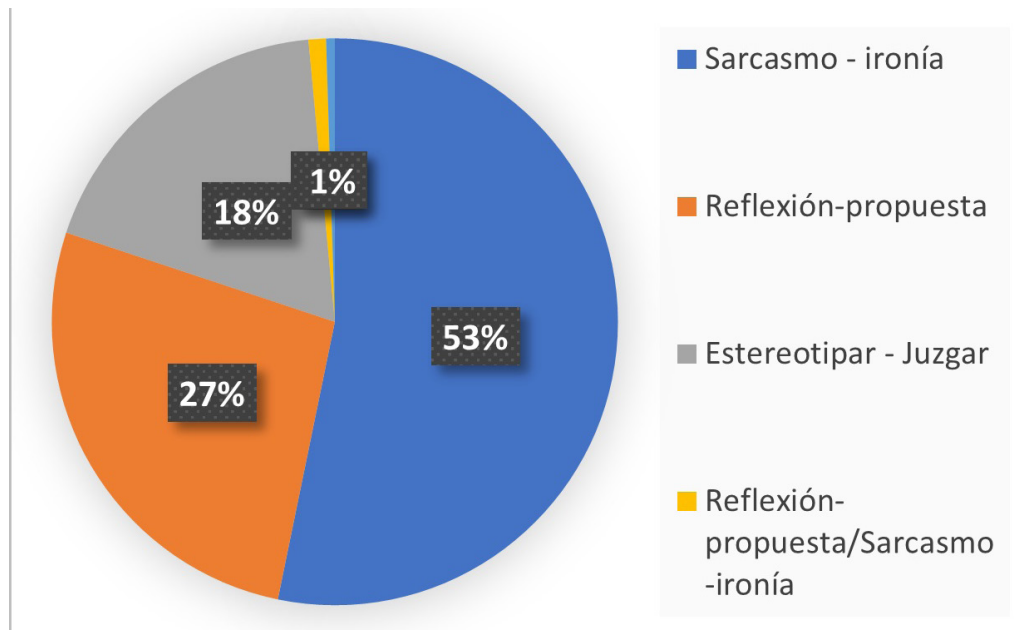


Gráfico 2. Intención comunicativa-registro de los memes
Fuente: Elaboración propia, archivo del equipo de investigadores, 2020.

tas debido a un interés común, y por la ventaja de almacenar imágenes. Aunque Facebook se empieza a visualizar como una plataforma obsoleta en entornos digitales, todavía conserva poder en la difusión de expresiones meméticas.

Como se puede apreciar en el Gráfico 2, la categoría de sarcasmo e ironía representa el 53% de los memes de la muestra, lo que evidencia que las críticas realizadas a la gestión de asuntos públicos, inconsistencias institucionales y situaciones presentadas en el transcurso de las manifestaciones son abordadas a través de la sátira y la parodia como manera de burla y manifestación del descontento, elementos que también se reflejan en los memes de las Figuras 3 y 4.

El segundo aspecto para resaltar de esta categoría es la reflexión o propuesta, que más allá de exponer al público problemáticas sociales, pretende generar conciencia sobre estos asuntos y su desatención, además de la responsabilidad que tienen actores institucionales (referenciados como corruptos, permisivos o indiferentes). Este es uno de los hallazgos más significativos de la investigación, pues el meme pasa de ser una herramienta jocosa a un recurso para llamar la atención de problemáticas sociales. En este escenario, las movilizaciones con la violencia de género han destinado buena parte de sus esfuerzos a un activismo digital que retrata de manera cruda, las múltiples violencias a las que son sometidas las mujeres y cómo esta situación ha crecido en tiempos de pandemia (García-González y Baile, 2020).

La Figura 5 está compuesta por imágenes que reflejan implícita o explícitamente una reflexión o invitación en temas relacionados con la protesta social y las medidas tomadas por la COVID-19: (o) reflexión sobre las manifestaciones y propuestas como mecanismo de exigencia frente al cumplimiento de derechos que han sido vulnerados; (p) reflexión sobre el rol que cumplen algunos sectores sociales que protestan y sobre la falta de cumplimiento de algunos de sus derechos en relación con la COVID-19; (q) el mensaje de resistencia pese a las adversidades de la pandemia; (r) sarcasmo al llamar la atención sobre cómo las protestas sociales en septiembre de 2020, hicieron que la gente dejara de hablar de la pandemia y se pusiera en el centro de la opinión pública los temas políticos del país; (s) ironización de la violencia estatal como una pandemia más peligrosa que la ocasionada por el coronavirus; (t) generalización del carácter global de la protesta que se fusiona con el recurso infográfico.

Conclusión

Gladwell (2012) elaboró un ensayo en el que expuso sus dudas frente a los cambios que se agenciaban desde los nacientes activismos digitales. Una década después, la tesis de Gladwell mantiene vigencia en la medida en que los memes y demás recursos digitales, orientados a luchar contra las injusticias sociales, quedan en la inmediatez y el furor del acontecimiento si no son concretados en decisiones de políticas públicas, de reingeniería institucional o de conciencia masiva de la necesidad de cambio.



Figura 5. Memes: entre la protesta social y la pandemia
Fuente: Elaboración propia, archivo del equipo de investigadores (2020)

No obstante, el meme, como representación ágil, diversa y anárquica frente a los derechos de autor y propiedad intelectual (que desactiva en parte guerras de egos o figuraciones intelectuales), sí ha logrado movilizar en tiempo de coronavirus y aislamientos sociales la explosión de lenguajes contestatarios frente a la crisis de la globalización y de los Estados-nación. Cada vez es más común que los gobernantes respondan a las críticas que emergen desde las redes sociales y reaccionen —no siempre de manera asertiva— a los ataques que se condensan en los significados ágiles que los memes catalizan a través de sus imágenes estereotipadas, pantallazos que recuerdan incoherencias discursivas o re-creación de imágenes agenciadas por la impredecible creatividad de prosumidores.

Las movilizaciones sociales en Colombia y la coyuntura de la pandemia consolidaron la necesidad de plataformas digitales como un medio para canalizar las expresiones e inconformidades. En este periodo crecieron iniciativas de comunicación, grupos de discusión y usuarios que distribuían contenido que acudía al humor, la ironía y el sarcasmo del meme como entidad anónima que no genera disputas sobre autorías o vocerías. Incluso con el asesinato de Javier Ordoñez por parte de la fuerza policial, pasó a un segundo plano quién había grabado el video y se viralizó la discusión entre ciudadanos que justifican o reprochan el uso de la fuerza. Lo importante es hacer circular y

generar expresiones que pueden limitarse a la reacción temporal, pero que van quedando en un archivo de memorias que son reactivadas en el momento en que los modelos políticos y económicos colapsan y afectan la esfera pública y privada.

No es función del meme transformar a la sociedad —y en este asunto Gladwell delega un pesado legado a las redes sociales— o generar cambios radicales en las estructuras de comunicación. Los activismos digitales tendrán que seguir articulando sus comunicaciones sociales con las luchas en la plaza pública. En el caso colombiano, falta camino por recorrer, pues todavía se convive con la herencia de una cultura pos-católica urbanizada y apática a la protesta social que pugna con la emergencia de nuevas generaciones que han identificado en la historia de exclusiones, la necesidad de abrir otros caminos de interpretación a la comprensión de uno de los sistemas sociales más excluyentes del mundo (Specht y Ros-Tonen, 2016). El meme —en lo posible alejado de anhelos totalizantes— un camino a otras formas de comunicarnos y hacer pedagogía, aun con el riesgo de extremar las luchas ideológicas y quedar estatizados en la viralización banalizadora o el humor momentáneo.

Referencias

- BARRERA, V. Y HOYOS, C. (2020). ¿Violenta y desordenada? Análisis de los repertorios de la protesta social en Colombia. *Análisis Político*, 33(98), 167-190. <https://doi.org/10.15446/apol.v33n98.89416>
- BUCK-MORSS, S. (2009). Estudios visuales e imaginación global. *Antípoda*, (9), 19-46. <https://doi.org/10.7440/antipoda9.2009.01>
- BURKE, P. (2001). *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*. Crítica.
- CASTAÑEDA, W. (2015). *Los memes y el diseño: contraste entre mensajes verbales y estetizantes*. *Kepes*, 11(12), 10-33. <https://bit.ly/3zsGLHo>
- CASTIBLANCO, A. (2018). *Marcas y Marcajes. Otras memorias y luchas en Bogotá a finales del siglo XX y principios del XXI*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- CASTILLO, P. (2013). *El activismo digital. La tecnología a favor de la transformación social*. *Comunicación*, (30), 45-53. <https://bit.ly/3cEDpZ0>
- CASTRO, R. (2019). Quería probar que puedo hacer tendencia. Activismos ciudadanos online y prácticas políticas en el Perú. *Anthropologica*, 37(42), 177-200. <https://doi.org/10.18800/anthropologica.201901.008>
- DAWKINS, R. (1999). The Selfish Meme. *Time*, 153(15), 52-53. <https://bit.ly/3OsfTeQ>
- DAWKINS, R. (2000). *El gen egoísta*. Salvat Editores.
- DELEUZE, G. & GUATTARI, F. (2010). *Mil mesetas. Capitalismo y Esquizofrenia*. Pretextos.
- EL UNIVERSAL (2019, ABRIL 19). Este es el origen del meme "Se tenía que decir y se dijo". *El Universal*. <https://bit.ly/3J1NnzJ>
- GARCÍA-GONZÁLEZ, L. & BAILE, O. (2020). Memes de Internet y violencia de género a partir de la protesta feminista #UnVioladorEnTuCamino. *Virtualis*, 11(21), 109-136. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v11i21.337>
- GLADWELL, M. (2012). Un cambio pequeño: por qué la revolución no será tuiteada. *Revista de Occidente*, (362), 139-154.
- GONZÁLEZ, G. (2007). Entre el "post" y el "trans": el ciberhumanismo como condición de posibilidad para una ética del ciberespacio. *Argumentos de Razón Técnica*, (10), 215-237. <https://bit.ly/3zuP6u4>
- HALUPKA, M. (2018). The Legitimization of Clicktivism. *Australian Journal of Political Science*, 53(1), 130-141. <https://doi.org/10.1080/10361146.2017.1416586>
- HAN, B.C. (2022). *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*. Taurus.
- HERNÁNDEZ, M., & CASTIBLANCO-MORENO, S. (2021). 30 años de idas y venidas, vueltas y revueltas en la relación Estado-ciudadanía en Colombia. En J. Wilches & O. Chaparro (Eds.), *30 años de la Constitución de 1991: avances y desafíos en la construcción de nación. Tomo 1: Reflexionar los fundamentos de la Constitución de 1991* (pp.103-126). Institución Universitaria Politécnico Granacolombiano.
- JENKINS, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- KILPINEN, E. (2008). Memes versus signs: On the use of meaning concepts about nature and culture. *Semiótica*, (171), 215-237. <https://doi.org/10.1515/SEMI.2008.075>
- KRESS, G., GARCÍA, R., & VAN LEEUWEN, T. (2008). Semiótica discursiva. En Van Dijk, Teun A. (Comp.), *El discurso como estructura y proceso*. Gedisa.
- MARTÍNEZ, J. (2018). Una aproximación retórica a los memes de internet. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 27, 995-1021. <https://doi.org/10.5944/signa.vol27.2018.21856>
- MILNER, R. (2013). Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the occupy Wall Street movement. *International Journal of Communication*, 7, 2357-2390. <https://bit.ly/3J42nwU>
- MITCHELL, W. (2009). *Teoría de la Imagen*. Akal.
- MOGLIA, M. (2012) La procacidad chistosa de Luis Almirante Brown. Una posible perspectiva de análisis. *Avatares de la comunicación y la cultura*, (3). <https://bit.ly/3cFHk7R>
- MURTHY, D. (2018). Introduction to Social Media, Activism, and Organizations. *Social Media + Society*, (1), 1-4. <https://doi.org/10.1177/2056305117750716>
- NEUMAYER, C. & ROSSI, L. (2018). Images of protest in social media: Struggle over visibility and visual narratives. *New Media & Society*, 20(11), 4293-4310. <https://doi.org/10.1177/1461444818770602>
- OVIEDO, G. (2018) El humor gráfico y la formación de la individualidad en la Colombia del siglo XIX. En J. Benavides (Ed.), *Humor y política: una perspectiva transcultural* (pp. 41 -72). Universidad Cooperativa de Colombia.
- PANOFKY, E. (1983). *El significado en las artes visuales*. Alianza.
- PAREDES, J. (2019). De la Revolución Pingüina a la arena de la gratuidad. balance de 10 años de luchas estudiantiles en Chile (2007-2017). En R. Diez, & G. Betancur (Eds.), *Movimientos Sociales, Acción Colectiva y cambio social en perspectiva. Continuidades y cambios en el estudio de los movimientos sociales*. Federación Española de Sociología – Fundación Betiko.
- REYES, A. (2018). El bloguero, gestor de productos culturales en la era digital. Aproximaciones a la definición de prosumidor. *Colección Académicas de Ciencias Sociales*, 5(1), 27-37. <https://bit.ly/3cFfBnv>
- SAMPEDRO, V., NOS-ALDÁS, E. & FARNÉ, A. (2019). Citizen activism and political developments in the transformation of the digital public sphere in Spain: From the "Pass it on!" SMS to Podemos. *IC: Revista Científica de Información y Comunicación*, (16), 131-155. <https://bit.ly/3z9ZzKh>
- SPECHT, D. & ROS-TONEN, M. (2016). Gold, power, protest: Digital and social media and protests against large-scale mining projects in Colombia. *New Media & Society*, 19(12), 1907-1926. <https://doi.org/10.1177/1461444816644567>
- ZALIS, L. & POSADA, D. (2019). Retóricas para-fascistas y sus contra-imágenes: una cartografía crítica. *Re-visiones*, (9). <https://bit.ly/3J4ThzR>