

9. MEMES, JÓVENES Y POLÍTICA

En la actualidad, los memes de Internet constituyen uno de los objetos por los que se vehiculan las sensibilidades políticas de muchos jóvenes. En el siguiente texto me propongo evidenciar este fenómeno y exponer algunas de las características y contradicciones que definen este espacio de participación política. Como veremos a continuación, ciertos autores y autoras argumentan que la esfera en la que operan los memes constituye una suerte de esfera pública digital en la cual se está produciendo un debate político que transcurre en paralelo al que se da en la esfera pública tradicional. En las páginas que siguen analizaré algunos de estos debates, examinando las plataformas en las que acontecen y el tipo de ideas que movilizan. Con todo esto me interesa presentar una esfera política ciertamente anómala pero vibrante e intensa, en la que jóvenes participan, negocian y definen sus ideas políticas, pese a no respetar los códigos, lenguajes ni medios que caracterizan la política formal.

Antes de definir qué son exactamente los memes y cómo funcionan me gustaría dejar patentes algunos de los problemas metodológicos con los que me he encontrado a la hora de realizar el siguiente trabajo. Por un lado, gran parte de los memes son anónimos o se producen en cadena, por lo que resulta muy complejo establecer la edad exacta de quién los ha realizado. Podemos inferir que son personas jóvenes por diferentes elementos que los caracterizan como pueden ser los temas que predominan, el tipo de lenguaje que utilizan o los lugares en los que se intercambian y producen los memes. Aun así, técnicamente es muy complicado establecer la edad exacta de quien los ha producido. Por otro lado, en el siguiente texto distinguiré de los memes que surgen en plataformas como Cuantocabrón, Forocoche o foros similares, de los que se producen desde partidos políticos o proyectos activistas que claramente se presentan como elementos políticos. En el segundo caso es más fácil definir los entornos o las personas que los han creado y los fines con los que han nacido, pero como veremos, este tipo de memes ocupan un lugar muy discreto en la “memesfera”.

Dicho esto, pasaremos directamente a establecer qué son exactamente los memes y ver cómo operan, esto nos ayudará a entender mejor su papel como agentes políticos de la esfera digital.

9.1. LOS MEMES DE INTERNET: ¿QUÉ SON?

Los memes de Internet son conjuntos de imágenes que normalmente van acompañadas de un texto gracioso que puede o no tener relación directa con la imagen. Estos memes surgieron en plataformas de intercambio de imágenes (*imageboards*) como 4chan.com en los que se prima la agilidad de respuesta y el ingenio. De esta manera, se dan conversaciones en las que para

preservar el anonimato se limita la expresión escrita y, en una economía de recursos, se utilizan imágenes ya existentes a las que se otorgan significados (por ejemplo una imagen de Gene Wilder sonriendo extraída de la película *Willy Wonka* se utiliza para indicar que una persona es una novata en el foro. En ocasiones se acompaña con la frase “you must be new here”, pero el significado de esa imagen está tan extendido que no necesita de texto). Los significados de los memes nunca se definen *a priori* sino que se van concretando a medida que otros usuarios hacen uso de esa imagen para expresar su opinión. Las diferentes reiteraciones generan significados por acumulación.

La destreza técnica necesaria para diseñar un meme es mínima. En la actualidad priman tres tipologías de memes: los que presentan una figura recortada sobre un fondo de color y con una frase escrita encima y debajo de la imagen; los que presentan una imagen sin recortar con el texto superpuesto a la imagen, y por último están los metamemes que presentan la imagen (que puede ser un meme ya existente) sobre un fondo negro con un texto en la parte inferior de la imagen. La imagen con texto se denomina “macro”, noción que proviene de los primeros foros *online* en los que una funcionalidad permitía que se pudiera introducir texto sobre imágenes pre-definidas; a ese texto se le denominaba entonces macro. Como bien indica el colectivo de diseñadores Metahaven “la estética de las ‘imágenes macro’ se deriva de la omnipresencia de Microsoft Windows. Estas imágenes suelen usar la tipografía Impact, una de las once tipografías esenciales de la web, que venían de serie con el sistema operativo desde 1996 a 2002” (Metahaven, 2013). Estas formas no son canónicas ni está estipulado que así tengan que ser los memes, pero debido a una agregación de micro-imitaciones se ha generado una estética muy determinada que ahora impera a la hora de diseñar los memes.

De esta manera, los memes se presentan como imágenes pixeladas, distorsionadas sin ningún mérito formal más allá de reproducir un modelo que va variando de un meme a otro. La autoría no tiene lugar en el mundo de los memes. Así vemos que nadie define *a priori* el objetivo ni la intención del meme, son agregaciones de variaciones sobre una misma imagen. Los memes pueden partir de cualquier elemento: animales, fotos de actores o actrices famosas (los memes de Keanu Reeves por ejemplo), personas anónimas (como KimmoKm, que pasó a ser “el gordo granoso”), personajes de ficción (como las imágenes extraídas de dibujos animados de Spiderman), dibujos de palo (por ejemplo, los conocidos como “Rage Comics”), o imágenes de actualidad política (por ejemplo, la foto del padre del Rey cazando elefantes o la imagen de Pablo Iglesias surgiendo de detrás de un árbol).

9.2. LOS MEMES Y LA POLÍTICA

Como hemos visto, la temática que abordan los memes es variada, pero no es inusual ni nuevo que muchos de estos memes comenten temáticas o asuntos de relevancia política. En el Estado español es muy frecuente que cualquier acontecimiento político tenga su eco en la memesfera. Cuando el presidente Rajoy decidió dar una rueda de prensa que tan sólo se transmitía por una pantalla de plasma, dio lugar a una respuesta inmediata de memes que comentaban el aconte-

cimiento y, en muchas ocasiones, se burlaban del acto. De igual manera, cuando Iñaki Undargarín fue imputado por el caso Nóos, no tardaron en aparecer memes en los que aparecía vestido de reo o con el logo de MANGO escrito encima de su ropa. De esta manera, vemos cómo surge un lugar en el que se vierten y construyen opiniones en torno a los eventos que marcan la agenda política y en el que participan personas que normalmente no frecuentarían foros de opinión o de debate político. Personas que no han encontrado un espacio de representación o voz política clara, pero que quieren contribuir al debate.

Es en este sentido que los autores Ryan M. Milner o Limor Shifman defienden que se está renovando la esfera pública, recogiendo de esta manera el concepto elaborado por Jürgen Habermas. Milner escribe “si muchas personas pueden acceder a Reddit o Tumblr y participar en conversaciones políticas desde diferentes perspectivas, la democracia sale beneficiada” (Milner, 2013:2361). En este contexto, el autor sitúa el fenómeno de los memes, que define como elementos que conforman una esfera pública expandida. Milner verifica su hipótesis analizando el papel de los memes en la constitución de un fenómeno como Occupy Wall Street (OWS). En sus propias palabras, “la evaluación de la relación entre los memes y OWS nos puede ayudar a validar la idea de que los medios participativos amplían la esfera pública permitiendo conversaciones cívicas más activas” (Milner, 2013:2361). De esta manera se valora que aparezcan lugares en los que debatir la actualidad política con nuevos instrumentos y lenguajes, como pueden ser los memes.

Conversar a partir de imágenes permite que las perspectivas de los debates se amplíen y nuevos agentes participen de las conversaciones. Las imágenes circulan con más agilidad y son descodificadas con mayor facilidad que los textos o panfletos políticos. Es más fácil producir una imagen que incorpore una opinión o punto de vista que redactar un texto resumiendo tu posicionamiento político. Es por ello que los memes se vuelven preponderantes en las batallas políticas contemporáneas. El elemento humorístico del meme le ayuda a circular con mayor facilidad. Como sostienen desde Metahaven “el chiste tiene la capacidad de resistir y darle la vuelta a los marcos de referencia impuestos por el *statu quo* (...) El chiste tiene el poder de alterar las cosas, un poder más grande del que le solemos otorgar. En la Red, los chistes pueden crecer de escala de forma rápida y llegar a cientos, miles o millones de personas en pocos minutos” (Metahaven, 2013). De esta manera contribuyen a facilitar el acceso a debates en torno a política, el humor abre la puerta a discusiones de mayor calado. Shifman también hace hincapié en cómo los memes facilitan la participación política; en sus propias palabras “crear memes es una forma accesible, barata y divertida de hacer públicas las opiniones políticas de cada cual” (Shifman, 2014:123). Es en este sentido que considera que los memes favorecen el empoderamiento ciudadano y contribuyen a crear esferas de participación en las que agentes que hasta ahora habían estado excluidos de ciertos debates pueden encontrar una voz.

Podríamos alegar que en la actualidad se producen batallas de memes, es decir, debates entre multitud de agentes que hacen uso de los memes para producir opinión pública. Las opiniones se construyen en base a imágenes que tendrán una mayor o menor acogida y, por ende, circulación dependiendo de lo ingeniosas o graciosas que sean. Si un meme funciona muy bien, es probable que salte de plataforma pasando de foros “especializados” a redes sociales o dispo-

sitivos como teléfonos móviles. Su capacidad de saltar de una plataforma a otra definirá su área de influencia. Hay memes que no salen del foro inicial, otros circulan por Twitter, Facebook, WhatsApp o Tumbler, llegando hasta televisiones o medios de comunicación más tradicionales, desfilando frente a su audiencia creciente y contribuyendo así a establecer puntos de vista.

Una batalla de memes reciente digna de destacar fue la que tuvo lugar durante la negociación de la ya derogada reforma de la ley del aborto puesta en marcha por el ya ex-ministro Gallardón. Por alguna razón difícil de establecer fue uno de los debates que mayor trascendencia tuvo en la memesfera. La cantidad de memes que se produjeron llama la atención por prolífica, pero también por lo claras que estaban todas las posturas en torno al debate. Entornos como Forocoches dieron pie a numerosos memes que estaban en contra de que una madre tuviera derecho a decidir sobre su descendencia. Uno de los más llamativos presentaba un embrión en varios estados de gestación para llegar a una foto de una chica atractiva sobre la que aparecía la frase “¿Tú la hubieras abortado?” Estos memes fueron contestados por multitud de memes explícitos como el de un feto sobre el que ponía “Esto no es un ser humano” o “Aborto porque me sale del coño” escrito sobre una imagen de July Andrews sacada de *The Sound of Music*. Incluso apareció el Philosoraptor, un meme clásico de un dinosaurio filósofo que lanza complejas preguntas retóricas al debate como “Si las feministas están con el aborto, si abortan a una mujer, ¿es antifeminismo?” Estos memes no tardaron en aparecer en foros de discusión o intercambio de trucos sobre videojuegos, redes sociales y plataformas que poco tenían que ver con el lugar de origen de los memes. De esta forma, multitud de jóvenes encontraron un lugar en el que expresar su opinión (de forma muy tosca en muchas ocasiones) y participar de un debate que de forma paralela mantenía enfrascada a la clase política y a los medios de comunicación.

9.3. LOS MEMES Y LA POLÍTICA FORMAL

Los memes también han adquirido un espacio importante en las estrategias de movilización y comunicación. El investigador y activista Sasha Costanza-Chock analiza el creciente interés de los movimientos sociales por las herramientas digitales y redes que se utilizan en el activismo contemporáneo. El autor habla de “las culturas mediáticas de los movimientos sociales”, que son “las herramientas, habilidades, prácticas sociales y normas que utilizan los participantes de los movimientos para crear, distribuir y amplificar sus medios por todas las plataformas disponibles” (Costanza-Chock, 2012:1). En el Estado español hasta han aparecido cursos especializados denominados “Radical Community Manager”, en los que se forma a activistas en la gestión de redes, la creación de *trending topics*, o el uso de memes para influenciar debates.

El 15-M fue un momento clave en el que pudimos ver la preponderancia de redes sociales, memes y *hashtags* como parte constitutiva del movimiento político. La proliferación de estos elementos nos ayuda a entender el impacto y trascendencia del movimiento más allá de las personas que físicamente se manifestaron en la Puerta del Sol y sus alrededores. Esto se expone de forma prístina en el artículo de Javier Toret “Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas” (Toret, 2013) en donde se recogen y analizan los tuits, *hashtags* y demás mensajes creados en las redes y su impacto en las movilizaciones que siguieron al 15-M. Si recordamos que la primera convoca-

toria a manifestarse aconteció tan sólo en medios y redes digitales con el memético lema “democracia real ya”, se hace difícil desvincular o minimizar el papel de los memes en la acción política contemporánea. De forma espontánea muchas personas empezaron a hacer sus propias pancartas y carteles en los que se reivindicaba la “democracia real ya”, repitiendo y creando de esta manera uno de los memes más poderosos de los movimientos políticos contemporáneos.

Más recientemente hemos podido comprobar cómo activistas de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) convertían otro meme, “Sí se puede, pero no quieren”, en pancartas, pegatinas y panfletos que aparecían en las acciones presenciales del movimiento. La barrera entre lo digital y lo analógico se hace muy difusa con memes transitando de un lado a otro.

Los memes también han adquirido un papel relevante en el ámbito de la política formal. Es notable la importancia de la campaña “Yes We Can” en Estados Unidos, que auparía a Obama a la Casa Blanca. Curiosamente, ese eslogan e imagería no fue creado por el equipo de comunicación oficial del candidato sino que fue producido por “un grupo de artistas que apoyaban a Obama” (Shifman, 2014:126). Esta frase complementaba el “Change We Can Believe In” de la campaña oficial. Igualmente, el retrato de Obama con la palabra HOPE escrita en su base que vino a epitomizar la campaña, fue inicialmente desarrollado y puesto en circulación por el artista Shepard Fairey, y recibió el visto bueno oficial una vez se hubo memetizado. Analizando los vídeos que más se viralizaron durante esas elecciones, Shifman concluye que “tan sólo una quinta parte de ellos se produjeron por las agencias oficiales” (Shifman, 2014:125), pero esto no implica que se generaran por ciudadanos aislados sino por organizaciones ya existentes, grupos de presión, asociaciones, etc., que ya tenían una base de afiliados. En Estados Unidos fue notable la capacidad del Tea Party para hacer circular sus ideas por las redes y la enorme presencia que llegaron a tener en la esfera digital durante la anterior campaña presidencial. De esta forma podríamos llegar a establecer que existen esferas meméticas paralelas que colaboran con las campañas y eslóganes oficiales.

Recientemente, en el Estado español ha aparecido un partido político que hace de la participación ciudadana su bandera y que ha centrado toda su comunicación y estrategias de trabajo en las redes. Me refiero a la Red Ciudadana Partido X. Si analizamos su comunicación veremos que la gran mayoría de sus anuncios adquieren los rasgos formales de los memes (imagen de fondo, frase corta y llamativa, formato digital). Aun así, a día de hoy no he logrado encontrar versiones meméticas de estas imágenes, es decir, remezclas y apropiaciones realizadas por la ciudadanía, pero no deja de ser notable la integración de este lenguaje y lógica en el seno de la política formal.

De igual manera, el partido político nacido en 2014 para concurrir por la alcaldía de Barcelona, Guanyem Barcelona, ha utilizado el formato memético como estrategia de comunicación, en especial la campaña #noEsBroma, que durante el verano de 2014 se hizo visible en redes sociales. A través de memes con textos como: “Si no firmas por Guanyem Jordi Hurtado dejará de presentar Saber y Ganar”, “Si no firmas por Guanyem las magdalenas se llamarán cupcakes para siempre” o “Si no firmas por Guanyem te acabarás encontrando a Putin de vacaciones en las Ramblas”, esta campaña cogió el formato meme y lo ponía a expensas de un programa político.

9.4. CONCLUSIONES

Con este trabajo se ha expuesto el papel que tienen los memes en la producción de una suerte de esfera política digital que facilita la creación de nuevos espacios de participación política. La inmediatez, el humor y un lenguaje no experto contribuyen a que personas jóvenes o que no suelen participar en otro tipo de debates políticos, no tengan reparos en exponer su opinión valiéndose para ello de memes. Estos memes contribuyen a formar la opinión de quienes se enfrentan y participan de ellos. Algunos memes se limitan a comentar hechos de actualidad, otros participan de forma activa en la definición de esta realidad, introduciendo nuevas voces y posicionamientos en debates que se abren en sitios inusitados.

Los movimientos sociales y las organizaciones políticas establecidas han empezado a hacer uso de memes con mayor o menor suerte, posiblemente sin entender en muchos casos los ámbitos de circulación, las lógicas o los lenguajes propios de los memes. Aun así, es indudable la influencia que tienen los memes a la hora de definir el lenguaje y estética de algunos de los partidos políticos emergentes en el panorama contemporáneo. Los memes interpelan a personas jóvenes que no entienden el lenguaje político tradicional o a aquellas personas que no se sienten interpeladas por este lenguaje. Los memes permiten intercambios de opiniones a personas no expertas sobre temas que en algunos casos entrañan grandes dosis de complejidad. El humor es un elemento clave en estos intercambios, cuanto más gracioso o ingenioso, más lejos llegará el meme, estableciendo así su área de influencia.

Los memes introducen a los jóvenes en una esfera de política rara, de expresión de opiniones, pero también de discusión que implica posicionamientos claros. Detrás del chiste encontramos una expresión de preocupaciones, sensibilidades y deseos que no podemos ignorar o desmerecer. Los memes producen política, la política de los nuevos medios es sin duda memética.

BIBLIOGRAFÍA

Costanza-Chock, S. (2012). "Mic Check! Media Cultures and the Occupy Movement". *Social Movement Studies*, First article: 1-11.

Metahaven (2013). *Can Jokes Bring Down Governments?: Memes, Design and Politics*. Edición: 1. Amsterdam: Strelka Press.

Milner, R. M. (2013). "Pop Polyvocality: Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement". En *International Journal of Communication* 7 (2013): 2357-2390.

Sampson, T. D. (2012). *Virality: Contagion Theory in the Age of Networks*. London: University of Minnesota Press.

Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge: The MIT Press.

Toret, J. (coord.) et al. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas*. Barcelona: UOC. Disponible en:

http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret