

¿Cómo se representa la guerra entre Rusia y Ucrania en Twitter? Análisis retórico de los memes más populares

Xavier Gómez-Muñoz¹
Hilda Paola Muñoz-Pico²

Recibido: 23/04/2022
Aprobado por pares: 03/02/2023

Enviado a pares: 12/05/2022
Aceptado: 29/03/2023


DOI: 10.5294/pacla.2023.26.2.8

Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

Gómez-Muñoz, X. y Muñoz-Pico, H. P. (2023). ¿Cómo se representa la guerra entre Rusia y Ucrania en Twitter? Análisis retórico de los memes más populares. *Palabra Clave*, 26(2), e2628. <https://doi.org/10.5294/pacla.2023.26.2.8>

Resumen

Paralelamente a las representaciones de los medios de comunicación, los memes se han constituido en un instrumento poderoso de los usuarios en internet para transmitir opiniones y expresar emociones sobre la guerra. Esto ha dado lugar a un fenómeno comunicativo impensado: hablar sobre este hecho con humor, a pesar de los miles de muertos y millones de desplazados. Dado su carácter persuasivo y difusión exponencial, los memes aportan a la creación de la opinión pública y la realidad social. Por esa razón, este estudio pretende descifrar y describir los significados que predominan en los memes más populares sobre este acontecimiento e identificar su intención emocional o cognitiva, la retórica y el estilo del humor que emplean, su finalidad y, en el caso de los memes considerados perjudiciales o dañinos, sus objetivos y público al que apunta el daño. A partir de un análisis retórico y de contenido aplicado a los 10 memes más populares en Twitter se encontró que estos tienen una alta carga moral: señalan

1  <https://orcid.org/0000-0002-1405-8225>. Universidad Complutense de Madrid. xgomez01@ucm.es

2 <https://orcid.org/0000-0002-8280-5456>. Universidad Internacional del Ecuador. himunozpi@uide.edu.ec

los errores de otros. Las críticas están dirigidas a América Latina, a Putin, a los medios de comunicación occidentales y la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN). La emoción y la intención predominantes son el miedo y la crítica social. El carácter intertextual de los memes implica tres grados de dependencia semántica. Estos resultados dan cuenta de que detrás de su humor aparentemente inofensivo se permean ideologías, perspectivas y críticas sociales que encuentran apoyo en la red.

Palabras clave (Fuente: tesauruso de la Unesco)

Comunicación; internet; medios sociales; opinión pública; participación del público.

How is the War between Russia and Ukraine Depicted on Twitter? Rhetorical Analysis of the Most Popular Memes

Abstract

Parallel to the representations of the media, memes have become a powerful tool for Internet users to convey opinions and express emotions about war, giving rise to an unexpected communication phenomenon: talking about this fact with humor, despite the thousands of deaths and millions of displaced people. Given their persuasive nature and exponential dissemination, memes contribute to creating public opinion and social reality. Thus, this study aims to decipher and describe the meanings that predominate in the most popular memes about this event and identify their emotional or cognitive intention, rhetoric and style of humor, purpose, and, in the case of memes considered harmful, their objectives and audience to which the harm is targeted. From a rhetorical and content analysis performed on the ten most popular memes on Twitter, we found that these have a high moral content: they point out the mistakes of others. Criticism is directed at Latin America, Putin, the Western media, and the North Atlantic Treaty Organization (NATO). The predominant emotion and intention are fear and social criticism. The intertextual character of memes implies three degrees of semantic dependency. These results show that behind apparently innocuous humor, there are ideologies, perspectives, and social criticism that find support in the network.

Keywords (Source: Unesco Thesaurus)

Communication; Internet; social media; public opinion; audience participation.

Como a guerra entre Rússia e a Ucrânia é apresentada no Twitter? Análise retórica dos memes mais populares

Resumo

Em paralelo às representações dos meios de comunicação, os memes vêm se constituindo um instrumento poderoso dos usuários na internet para transmitir opiniões e expressar emoções sobre a guerra. Isso abre espaço a um fenômeno comunicacional impensado: falar sobre esse fato com humor, apesar dos milhares de mortos e deslocados. Tendo em vista seu caráter persuasivo e difusão exponencial, os memes contribuem para criar a opinião pública e a realidade social. Por essa razão, este estudo pretende decifrar e descrever os significados que predominam nos memes mais populares sobre esse acontecimento e identificar sua intenção emocional ou cognitiva, a retórica e o estilo do humor empregados, sua finalidade e, no caso dos memes considerados prejudiciais ou daninhos, seus objetivos e público ao qual o dano aponta. A partir de uma análise retórica e de conteúdo aplicado aos 10 memes mais populares no Twitter, foi constatado que estes têm uma alta carga moral: indicam os erros de outros. As críticas estão dirigidas à América Latina, a Putin, aos meios de comunicação ocidentais e à Organização do Tratado do Atlântico Norte. A emoção e a intenção predominantes são o medo e a crítica social. O caráter intertextual dos memes implica três graus de dependência semântica. Esses resultados evidenciam que, detrás de seu humor aparentemente inofensivo, estão permeadas ideologias, perspectivas e críticas sociais que encontram apoio na rede.

Palavras-chave (Fonte: tesouro da Unesco)

Comunicação; internet; meios sociais; opinião pública; participação do público.

Acuñaado por el filósofo Jean-Jacques Rousseau (1750), el concepto de opinión pública no necesariamente se ha transformado en las décadas recientes, sino que, más bien, ha incorporado otros mecanismos, a la sazón de los nuevos tiempos y sus entornos mediáticos respectivos. Los medios de comunicación son instrumentos eficaces para articular la memoria (Silverstone, 2004, p. 203), pero no contribuyen únicamente al establecimiento de la opinión pública, pues son creadores de la realidad social, entendida esta última como un constructo discursivo creado a partir del lenguaje (De Dios *et al.*, 2020). Pero, de un proceso vertical, unidireccional y hegemónico en el que estos aportaban a su creación, se pasó a uno en el que adquiere especial relevancia la participación de los prosumidores, gracias a la web interactiva, que hizo del ciberespacio un “lugar” con patrones distintos de interacción social y logró comunidades que, a diferencia de las que se formaron a partir de tecnologías anteriores, no basan su sociabilidad en un territorio y son capaces de reforzar relaciones remotas o locales, de carácter efímero o fuertes, para usos tanto instrumentales o emocionales como de participación social (Castells, 2001, pp. 137-144).

Al estadio 2.0 de la red se deben las páginas personales, blogs, foros y comunidades virtuales que se han consolidado durante lo que va del siglo XXI mediante distintas plataformas digitales. Estas últimas, a su vez, han modificado la forma y frecuencia en que las personas se comunican, los hábitos sociales y las formas de organización y han dado lugar a la percepción social de estas tecnologías como instrumentos para la libre expresión, la defensa de intereses o valores compartidos y formas de participación en las que los ciudadanos “sienten que tienen acceso a la información de forma directa y permanente, pero también derecho a ser partícipes del discurso público, el cual solo estaba restringido a una élite de poder” (Ayala, 2014).

Basadas en el lenguaje como su principal elemento expresivo y el uso de hipertextos multimodales que permiten la incorporación de información textual, sonora e imágenes, han surgido varias plataformas sociales que otorgan a los usuarios la posibilidad de convertirse en creadores de contenidos masivos. Y aunque cada una cuenta con características específicas, no están exentas de relaciones jerárquicas en las que, ante el compor-

tamiento pasivo de la mayoría, los usuarios más activos suelen desarrollar un mayor grado de dominio o influencia sobre el flujo de información y, por ende, imponen sus opiniones (Gómez, 2013). La opinión pública, en ese sentido, funciona en las plataformas sociales a tono con el modo de espiral sobre el que teorizó Noelle-Neumann (1995), es decir, se tiende a apoyar las opiniones que son percibidas como representativas de la mayoría y, por temor al rechazo social, se callan las impopulares.

Además de su hipermedialidad, inmediatez, alcance global y modos de comunicación sincrónicos y asincrónicos, en las plataformas sociales los contenidos se distinguen por su dinamismo, volatilidad y capacidad de adaptación, puesto que pueden ser fácilmente compartidos de un perfil a otros, resignificados, complementados o eliminados, y en su escritura predomina la influencia de la oralidad (Candale, 2017). Esto es notorio en el uso coloquial del lenguaje, más allá del desdén ortográfico manifiesto en la utilización indiscriminada de mayúsculas, interjecciones y la repetición de signos de puntuación y letras, así como en la incorporación de formas particulares de expresión, como emojis y memes de diversa índole que, cuando no son el mensaje, contribuyen a su creación, ya sea este de carácter emocional, informativo o de opinión. Estos últimos llaman la atención sobre todo por su capacidad para crecer exponencialmente en poco tiempo. No obstante, es un hecho que pueden contribuir a la desinformación y a la creación de posverdades, pues su éxito no se basa en el rigor informativo, sino en el humor y el ingenio.

Los memes, canalizadores del sentimiento ciudadano

Cada segundo se comparten alrededor de un millón de memes en redes sociales (Pandey *et al.*, 2019), lo que indica que se han convertido en parte esencial de las comunidades en línea. Su auge se debe, entre otras cuestiones, a que movilizan referencias fáciles de compartir y reproducir (Wagener, 2021), por lo que pueden entenderse rápidamente con un mínimo esfuerzo (Diresta, 2018) y difundirse exponencialmente, más allá de su calidad técnica o su veracidad. Esto los ha convertido en elementos centrales del debate político y el conflicto cultural en internet (Wiggins, 2018; Milner,

2016) y ha dado lugar a un fenómeno polisémico expresado en el uso de múltiples enunciados semióticos a través del lenguaje y la imagen. Se caracterizan, además, por ser intertextuales, ya que acuden a referencias de otros textos mientras muestran un nuevo mensaje (Zanette *et al.*, 2019), e interdiscursivos, pues combinan convenciones lingüísticas (discursos, estilos, géneros) en un mensaje nuevo de manera creativa (Gal *et al.*, 2013).

Esa mezcla de referencias culturales, a través de una estética específica que se activa y comparte en espacios de afinidades, está estrechamente relacionada con la forma en que las comunidades y los usuarios remodelan y estructuran el significado para dar sentido al mundo y sus diversos espacios sociales (Katz y Shifman, 2017). Los memes son más que simples bromas: son mensajes que, a fuerza de repetición y emociones, se instauran en la percepción de una realidad. Así, se han convertido en un medio poderoso para canalizar el sentimiento ciudadano, por ejemplo, en las exitosas campañas presidenciales de Obama en los EE. UU., en 2008 y 2012, y en la de Zelenski en Ucrania, en 2019. Sin embargo, es cada vez más claro que su retórica afectiva, basada sobre todo en su potente carga emocional, puede utilizarse para difundir la intolerancia y crear nuevas vías para la radicalización (Woods y Hahner, 2019). Los memes se han empleado también para esconder mensajes políticos o sociales detrás de la aparente inocuidad de las bromas (Piata, 2019) y con el fin de exacerbar actitudes hostiles y prejuiciadas hacia ciertas personas, géneros, religiones (Petrova, 2021). En la masacre de Christchurch, Nueva Zelanda, de 2019, por citar un ejemplo, fueron usados por terroristas para burlarse de la tragedia.

Más recientemente, los memes se han empleado para abordar la guerra entre Rusia y Ucrania, pese a los miles de muertos y millones de desplazados. Dicho evento empezó el 24 de febrero de 2022, con lo que el presidente ruso Vladimir Putin llamó una “operación militar especial”. Horas después de los primeros ataques y la intervención mediática de su homólogo Volodímir Zelenski, el gobierno ucraniano publicó en Twitter una caricatura en la que se muestra a Adolf Hitler acariciándole a Putin el rostro, en señal de aprobación, la cual, aunque estuvo acompañada del texto “This is not a ‘meme’, but our and your reality right now”, fue considerada el primer meme oficial de esta guerra y posiblemente motivó la creación de muchos más.

Metodología

Mediante este estudio se pretende descifrar y describir los significados que predominan en los memes más populares sobre la invasión rusa a Ucrania, ver cómo operan en términos semánticos e identificar su intención, su retórica y el estilo de humor que emplean, junto con su finalidad y objetivos. Para esto se empleó un método mixto, cualitativo y cuantitativo. Debido a los elementos lingüísticos y no lingüísticos que conforman el objeto de estudio, se recurrió al análisis retórico de imágenes (Barthes, 1986), cuya aplicación es pertinente en sistemas multimodales. También conocido como retórica visual, este análisis permite indagar por los vínculos entre significantes y significados, con el propósito de comprender los mecanismos mediante los cuales distintos tipos de imágenes generan reacciones en sus audiencias (Cao, 1998). Siguiendo el modelo planteado por Roland Barthes (1986, pp. 30-32), y para dotar de validez teórica a los resultados, se consideraron tres dimensiones de los mensajes: lingüística, visual connotada y visual denotada, cada una constituida por significantes y significados, lo mismo en textos que en imágenes, y en estas últimas se evaluaron signos expresados a partir de la representación de escenas, referencias intertextuales y variables asociadas a componentes específicos en cada unidad. Además de los códigos y saberes compartidos, la noción lingüística de valor garantiza el proceso semiótico. Se entiende esta última como la condición que opera a través de intercambios y confrontaciones entre los significantes y significados (Barthes, 1971, pp. 55-56) de cada texto e imagen analizados.

En cuanto al enfoque cuantitativo, se recurrió al análisis de contenido, método que permite hacer inferencias confiables a partir de la información y su contexto (Krippendorff, 1980). Con la matriz de codificación se buscó complementar el análisis retórico y para ello se consideró: la intención emocional o cognitiva de los memes evaluados, la retórica y el estilo del humor que emplean, su finalidad y, en el caso de los memes identificados como perjudiciales o dañinos, sus objetivos y el público al que apunta el daño. Esto por cuanto se concibe el humor como una estrategia útil para que las personas enfrenten circunstancias adversas y factores estresantes de la vida (Torres *et al.*, 2022). Las categorías para el análisis se basaron: en

las investigaciones de Sola (2020), que señala que los memes tienen intenciones persuasivas que apelan a las emociones o a la razón, además de establecer criterios sobre la retórica del humor; en los estudios de Martin *et al.* (2003), quienes conceptualizaron estilos de humor adaptativos y desadaptativos; y en las categorías de Pramanick *et al.* (2021), que detectaron memes dañinos y sus objetivos. Las preguntas de investigación fueron: 1) ¿cuáles son los significados ocultos detrás del humor en los textos e imágenes que conforman los memes más populares sobre la guerra en Ucrania?; 2) ¿en aquellos memes se impone una intención emocional o cognitiva?; 3) ¿qué recursos retóricos asociados al humor se emplean en los memes más populares sobre la guerra en Ucrania?; 4) ¿cuáles son los estilos de humor preponderantes en dichos memes?; 5) ¿el tipo de humor empleado es inofensivo o dañino? y, en el caso del segundo, ¿cuál es su objetivo y a qué tipo de público está dirigido el daño?

Por la minuciosidad que exige el análisis retórico y para garantizar su correcta aplicación, se seleccionó una muestra con un número manejable de memes: los 10 más populares sobre la guerra, tomando como criterio el número de “Me gusta” en Twitter, como evidencia de su aprobación social. Es decir, más allá de su tamaño, la relevancia de la muestra se sustenta en la popularidad de las unidades de análisis escogidas. Se eligió la plataforma Twitter por su carácter informativo (López, 2015) y porque concentra una amplia audiencia interesada en la actualidad (Pujol, 2018). El periodo para el análisis fue la primera semana de la invasión, del 24 de febrero al 3 de marzo de 2022, debido a que fueron días decisivos en cuanto a la conformación de la opinión pública sobre el conflicto y sus principales actores. Para la búsqueda se emplearon los términos y etiquetas que fueron tendencia mundial en Twitter. Aunque los memes pueden tomar múltiples formatos, nos centramos en los que poseen una parte verbal (texto) y otra visual (imagen), como lo hicieron Pidkuimukha y Kiss (2020) al analizar los memes de las presidenciales ucranianas de 2019. Un criterio de exclusión fue la hiperlocalidad, ya que la intención de este estudio es mostrar cómo se representa la guerra desde una perspectiva global. Por último, dado que los memes tienen referencias sociales y culturales (Wagener, 2021), se escogieron memes en español, por ser el idioma natal de los codificadores.

Resultados

El análisis retórico de las imágenes arrojó los siguientes resultados:

Figura 1. Meme 1: 68.800 Me gusta

yo en una esquina viendo memes porque me quede sin balas



Fuente: vishero (@vishero_).

He aquí el meme más popular en Twitter, según los criterios detallados en el epígrafe anterior. El mensaje lingüístico es uno solo y, conforme a lo culturalmente consensuado, prescinde del empleo adecuado de normas ortográficas. Se trata de un mensaje que funciona en el plano de lo connotativo, con una intencionalidad descriptiva: el usuario sabe que la persona de la imagen no necesariamente es el autor del meme ni el propietario de la cuenta, de modo que su significado se interpreta: “Así, como en la imagen, estaré en la guerra” o “cuando me toque ir a la guerra”.

Con respecto a la imagen se identificaron dos signos. En la escena representada, el significante está constituido principalmente por un militar en servicio mirando el teléfono móvil, en un entorno antiguo, junto a una puerta metálica cerrada con dos candados. ¿Qué valores transmite esa escena? En cuanto al protagonista: juventud, falta de profesionalismo, improvisación, descuido. Para asumir los tres últimos basta un saber compartido: ser conscientes del impacto de la cultura digital, las plataformas sociales y el internet

móvil. En cuanto al entorno, los valores se asocian con antigüedad, desprolijidad y, debido a la puerta cerrada y los candados, resguardo o protección.

El segundo signo asociado a la imagen tiene características étnicas. El significante: un joven militar afrodescendiente en el entorno antes descrito. El significado, en función de un saber étnico cultural, puede interpretarse: “todos, aun los que no somos rusos o ucranianos, estaremos en la guerra” y “eso es independiente de que seamos militares experimentados o improvisados”, al punto que nos entretengamos durante nuestras horas de servicio viendo memes, si se complementa con los significados anteriores.

Figura 2. Meme 2: 20.200 Me gusta

Los demás países: Latinoamérica puedes dejar de hacer memes para ocultar tu miedo y tomarte esto en serio?

Latinoamérica:

[#TerceraGuerraMundial](#)



Fuente: GabylR (@GabylR15).

En este meme el mensaje lingüístico se compone de dos textos dialógicos. En el primero, ubicado fuera de la imagen y sin un signo de interrogación, un interlocutor interpela, mediante un mensaje que se interpreta: “los latinoamericanos hacen memes para evadir, no confrontar o sobrellevar el miedo a una guerra mundial, ¿van a dejar de hacerlo?”. En el segundo, la respuesta también es denotativa: “No. Siguiete pregunta”.

En torno al mensaje visual se evidenciaron dos signos. En la escena una mujer da declaraciones a periodistas, en un entorno que parece ser el

pasillo de un edificio. A esa dimensión de la imagen se asocian los valores de formalidad, seriedad, juventud y relevancia informativa. La mujer representa a Latinoamérica y los periodistas, a los países no latinoamericanos; así que la escena se lee: “América Latina tiene algo que decir sobre un tema que llama la atención del resto del mundo”. El otro signo detectado es intertextual. La imagen que sirvió a la realización del meme corresponde a la serie televisiva *The Big Bang Theory*, y solo mediante ese saber cultural podemos ver al personaje de Amy Farrah Fowler en la misma situación detallada en el párrafo anterior. A dicho personaje se le asignan valores particulares: aunque inteligente, es poco sociable, incluso poco amable y empática, posiblemente como los latinoamericanos que, como eventual mecanismo para sobrellevar el miedo, comparten memes sobre la guerra, según la interpretación del mensaje textual.

Figura 3. Meme 3: 15.550 Me gusta

Hice un meme coyuntural.



Fuente: Darl (@Darlingsauria).

El mensaje lingüístico en este meme se compone de cinco textos. El primero está ubicado fuera de la imagen y los cuatro textos restantes están asociados a elementos específicos. Los significados de todos los textos son denotativos. Acá, las imágenes se analizan por separado: el significante de la escena representada en la imagen superior está dado por una niña (Ucrania)

que tiene la atención y cuidado de una mujer adulta (medios de comunicación de Occidente), presumiblemente su madre, en una piscina (mundo), mientras un niño o niña mayor (Yemen, Siria, Irak, Somalia, Afganistán) parece ahogarse (peligro mortal/desaparecer). ¿Cuáles son los principales valores que transmite esta imagen? Felicidad/amor y peligro/angustia, si se asume el saber universal de la relación madre-hijos, y especialmente la tendencia a poner más atención, si no a preferir, a los hijos más pequeños.

La escena representada en la imagen inferior depende semánticamente de la anterior y ha sido sobrepuesta bruscamente, como es común en los memes. El significante ya no es un niño, sino el esqueleto de una persona adulta (Palestina) sentado en una silla (a la espera) en la que aún se alcanzan a distinguir las cadenas (guerra/inacción del resto del mundo) que lo sujetan a un fondo marino (muerte). Los valores que transmite la imagen, además de muerte, son abandono, olvido, soledad y espera prolongada. Así, esta imagen representa el olvido y larga soledad de Palestina, en su espera mortal por la atención de los medios de Occidente, y el meme, en su conjunto, representa las prioridades informativas de los medios occidentales con respecto a la guerra.

Figura 4. Meme 4: 12.644 Me gusta

Es momento de usar este meme otra vez xD
#Ucrania #Rusia #Putin #TerceraGuerraMundial



Fuente: Piero Castañeda | CEO of Cajamarca (@BlanquitoPriv).

En este meme el mensaje lingüístico está compuesto por dos textos que incluyen elementos propios del entorno digital: un emoticono y cuatro etiquetas (*hashtags*), donde además se evidencia descuido ortográfico. El mensaje del primer texto es denotativo: “Yo, el usuario de esta cuenta, vuelvo a publicar el mismo contenido gráfico, pero respecto a un tópico diferente”, acompañado del emoticono xD, que significa risa. En el segundo texto, ubicado dentro de la imagen, el mensaje es descriptivo y su interpretación se lee: “esto es lo que pasa mientras te tomas con humor una guerra con armas nucleares”.

A la escena representada la consolidan tres imágenes, cuyos significantes son el rostro de un mismo hombre que se ilumina gradualmente hasta casi desaparecer por la sobreexposición a una luz. Se identifican en la escena los siguientes valores: tranquilidad/calma, seguido de paz/relajación y, finalmente, alerta, por lo que un saber relacionado con el impacto o manera en que operan las armas nucleares conduce al siguiente significado: “una persona que está en un estado de tranquilidad o calma puede recibir el impacto letal de un arma nuclear, mientras se ríe de los memes”. El primer mensaje textual sugiere que no es la primera vez que la humanidad está expuesta a amenazas de ese tipo, y el emoticono, que se trata de un asunto asociado al humor.

Figura 5. Meme 5: 11.700 Me gusta

El Ruso Putin inicia la Tercera Guerra mundial en Ucrania.

Automáticamente América Latina...
#PorSupervivencia #URGENTE



Fuente: Alexis Guyot (@AlexGuyotCarre).

Más allá del desdén por la ortografía y elementos propios del entorno digital, o *hashtags*, en este meme el primer mensaje lingüístico cumple una función descriptiva con respecto a la imagen, cuya interpretación se lee: “así, como en la imagen, reacciona Latinoamérica ante el inicio de una tercera guerra mundial en países europeos”. El segundo mensaje complementa la imagen y es denotativo: “ese no es asunto mío”.

En lo que compete a la escena representada, el primer signo se compone, a nivel de significante, de un joven que, en lugar de rostro, tiene un mapa de Latinoamérica e interviene en una conversación con otro que ríe, mientras una mujer de mayor edad, que lleva cubiertos los ojos y está sentada en el centro del mismo sillón, al parecer, escucha la conversación. Si aceptamos que dicha escena transmite los valores de diálogo, comodidad, alegría y brecha generacional, la imagen significaría: “cómoda y alegremente, América Latina dialoga, en un espacio compartido, como es el mundo, con otros similares que ríen de sus ocurrencias y otros menos inmaduros que, aunque tampoco muestran una expresión severa y ni siquiera miran, se limitan a escuchar”.

El segundo signo hace referencia a la teleserie *Drake & Josh* y su significante muestra al personaje de Drake, a su hermano Josh y a su jefa, Helen, en la situación ya mencionada. Los valores que se asocian a la imagen, en función de un saber cultural, son: inmadurez (Drake y Josh), madurez (Helen), popularidad (Drake), impopularidad (Josh), comodidad y cotidianidad (sillón, entorno), los cuales coinciden con los anteriores y, a partir de esa relación, refuerzan los significados ya detallados.

Figura 6. Meme 6: 10.471 Me gusta

MEME DEL DÍA #shingeki #WWIII



Fuente: Rob Ruiz R. (@rob_ruizr).

Este meme consta de dos mensajes lingüísticos. En el primer texto el significado es denotativo y alude a que el propietario de esa cuenta lo considera el mejor de su tipo. En el mensaje se identifican elementos del entorno digital: dos *hashtags*. En cuanto al segundo texto, el significante “Mi nombre es Vladimir Putin y les hablo...” hace referencia al protagonista de la imagen y se lee como el inicio de un discurso o diálogo.

En lo que compete al mensaje visual, la imagen muestra a un hombre de apariencia perturbada y cabeza rapada al frente de un grupo de guerreros y civiles, hombres, mujeres y niños, en un entorno natural y nocturno en cuyo horizonte se destaca un destello. ¿Cuáles son los valores de esa imagen? Fantasía, penumbra, maldad, frío, lucha o conflicto bélico, de tal manera que, vinculada al componente textual, significaría: “un hombre perturbado y maligno que dice llamarse Vladimir Putin toma el control de las personas que han recibido alguna dosis de la vacuna rusa Sputnik contra el coronavirus, mientras estas lo escuchan con atención y se preparan para una guerra”.

El segundo signo analizado es intertextual y se trata de la referencia al manga japonés *Ataque a los titanes*. Antes de que este meme llegara a Twitter, los cibernautas subieron un video de 1:07 a YouTube, en el que Putin toma el puesto de Eren Jaeger, el protagonista de la serie, para hablarle a la gente. Los valores de Eren corresponden a los de un ser frío y calculador, vengativo, poco empático, manipulador, implacable y despiadado, que perdió el foco luego de ver a su pueblo y a su madre asesinados por titanes. Él está convencido de que el exterminio es la única solución para salvar a sus amigos, por lo que cree que sus crímenes están justificados, al igual que Putin dice que sus actos de guerra son “tareas de mantenimiento de la paz”, y utiliza el poder del Titán Fundador para comunicarse con su pueblo. Esos valores, así como los antes descritos, se asocian intertextualmente a Putin, al igual que el poder del Titán se liga a la vacuna Sputnik. Puesto que se trata de un meme basado en una serie animada y en un videomontaje que se difundió previamente en YouTube, el usuario conocedor de esas referencias asiste a una doble intertextualidad.

Figura 7. Meme 7: 8.112 Me gusta



Fuente: Ayuwoki (@AyuwokiHee).

El mensaje lingüístico en este meme se presenta en dos textos. El primero es una aseveración que podría interpretarse como: “en una tercera guerra mundial, Latinoamérica no tiene relevancia geopolítica, su rol es prácticamente nulo”. El segundo texto forma parte de la imagen y, con excepción de las palabras “Guerra mundial”, dialoga fuertemente con los componentes visuales. El significado de aquel mensaje funciona en un nivel connotativo y podría leerse: “la humanidad ha vivido dos guerras mundiales, pero la más reciente ocurrió hace más de medio siglo, por lo que para muchas generaciones cuya memoria histórica no está tan fresca, de cierto modo, esta podría ser la primera”. Eso sin contar con que para los latinoamericanos más jóvenes se trata de hechos más alejados, no solo geográficamente, que para sus contemporáneos europeos y que, debido a la cantidad de fuentes de información disponibles actualmente, una tercera guerra mundial sería mucho más próxima en términos mediáticos.

En lo que concierne a la imagen, el signo analizado es la escena representada. Esta contrasta bruscamente con un fragmento del segundo mensaje lingüístico, en concreto con las palabras “Guerra mundial”. Para entender esta relación conviene traer a colación los valores de la imagen: niñez/pri-

meras veces, celebración, ingenuidad, ternura. Se trata, en definitiva, del formato de una invitación a una celebración infantil que resalta el rol de “primerizos y quizá ingenuos latinoamericanos que asistirán por primera vez a un hecho histórico, aunque este sea una guerra”, en clave de humor o ironía. Vale destacar, además, que el tipo de invitación ni siquiera corresponde con el usado para niños de mediana edad, sino con el de recién nacidos, lo que, sumado al primer mensaje lingüístico, refuerza la aseveración con respecto a un rol reducido a hacer memes.

Figura 8. Meme 8: 6.887 Me gusta

Espero nos ignoren en la tercera guerra mundial, así como nos ignoran siempre. ❤️❤️❤️



Fuente: Eduardo Humberto (@humbertoyya).

El mensaje lingüístico en este meme se compone de tres textos: uno fuera de la imagen, otro al margen y uno en el interior. El primero es un comentario crítico que representa el deseo de que la región pase desapercibida en la guerra, así como ocurre con otros temas de relevancia mundial. El segundo texto es una afirmación; y el tercero, una declaración de afecto o pertenencia.

Lo representado en el mensaje visual, más que una escena, en rigor, son dos elementos bruscamente superpuestos. En el primero, el mapa de Latinoamérica ha sido amputado intencionalmente; en el segundo, el significante es un labrador cachorro. Los valores asociados a ambas imágenes

son: unidad regional/aislamiento del resto del mundo, incluso de otros países del norte del continente; con respecto al labrador: pacífico, sociable, agradable, tierno. No se identificó relación entre ambas imágenes, con respecto a la escena representada. La asociación del mapa amputado con los componentes textuales, en cambio, salta inmediatamente a la vista: “el presente es positivo en Latinoamérica, con relación al resto del mundo, y particularmente por su no participación en la guerra, así que no solo me siento parte de la región, sino que siento afecto”.

El segundo signo identificado en el mensaje visual es intertextual y corresponde a uno de los memes que se popularizó en los Juegos Olímpicos de Tokio, en 2021. Usuarios de distintas nacionalidades utilizaron el meme del labrador cachorro con la frase “te quiero mucho” y elementos representativos de su país para animar o mostrar apoyo a sus deportistas, es decir, se trata de un meme fácilmente adaptable en términos geográficos. Esto último contribuye a la comprensión del mensaje en su conjunto o incluso, siempre que la referencia intertextual esté clara, lo garantiza semánticamente.

Figura 9. Meme 9: 6.130 Me gusta

Se viene la [#TerceraGuerraMundial](#) y Latinoamérica haciendo memes con las tendencias: Rusia, URSS, Ucrania, Biden, Putin, Trump, tercera guerra mundial, Corea del Norte, China, Alemania



Fuente: Pachi (@lokillapachy).

Esta pieza es claramente un cuestionamiento a Latinoamérica por la falta de seriedad ante una posible tercera guerra mundial. El mensaje lin-

güístico es uno solo y su significado tiene una intencionalidad descriptiva: “así, como en la imagen, se ve o se verá América Latina haciendo memes sobre una tercera guerra mundial”.

Con respecto a la imagen se identificaron dos signos. En la escena representada, el significante está constituido por un perro *golden retriever* adulto que usa una corbata y se muestra contento e imperturbable, mientras manipula una computadora personal y su entorno urbano recibe el impacto de un bombardeo aéreo. ¿A qué valores se asocia esta imagen? Entretenimiento, tecnologías informáticas e interconexión, humanización de animales, guerra. Los valores asociados al *golden* son: amistoso, confiado, tranquilo.

El segundo signo identificado en la imagen corresponde a la referencia intertextual del can. Se trata de un ejemplar llamado Baylei, cuya imagen fue difundida por las personas responsables de su cuidado, con el texto “I have no idea what I’m doing” en 2011, y se popularizó rápidamente en internet. Este significado refuerza los anteriores; en este caso, incluso si se desconoce la referencia intertextual, de modo que el meme en su conjunto se lee: “así, como quien no tiene idea de lo que está haciendo, se ve la actitud de los latinoamericanos, quienes, alegres e imperturbables, compar-ten memes por internet, mientras a su alrededor hay guerra y destrucción”.

Figura 10. Meme 10: 3.764 Me gusta

putin m ha pasado este meme



Fuente: yisus young boi (@yisuscribete).

Tres textos conforman el mensaje lingüístico en esta pieza: uno exterior a las imágenes y dos incorporados en cada una de ellas. Además de que no se respetan las normas ortográficas, el tipo de dialecto hace alusión a un origen español, cuestión que resulta interesante, ya que la mayoría de los memes populares en esta lengua, según los criterios de búsqueda definidos, se generó en Latinoamérica. En el primer texto se identificó una intencionalidad satírica; el segundo y tercero operan de modo dialógico.

¿Cómo se interpretan las imágenes? En la primera, el significante está conformado por un militar que utiliza un dispositivo de comunicación, mientras su compañero realiza maniobras de combate en un entorno natural casi desértico sobre el que se aprecian explosiones. Comunicación, guerra, bombardeo, escaso personal militar y recursos son los valores atribuidos a esa escena. El mensaje lingüístico que la complementa básicamente nos dice: “Ucrania solicita apoyo aéreo, ante bombardeos”. En la segunda escena una avioneta sobrevuela el lugar con un cartel. La avioneta está asociada a la palabra OTAN, sigla de la Organización del Tratado del Atlántico Norte, y el cartel corresponde a un tipo de apoyo anímico, no militar, representado en la frase: “Lo estáis haciendo genial”. Los valores identificados en esta imagen son vuelo comercial, publicidad, fuera de lugar. Así, el conjunto de imágenes y textos se lee: “el presidente de Rusia se divierte con las acciones de apoyo, más bien publicitarias y, por ende, fuera de lugar, que la OTAN ofrece a Ucrania, mientras esta solicita asistencia durante una guerra que enfrenta con escasez de recursos militares”.

En cuanto al análisis de contenido, los resultados consolidados fueron:

Tabla 1. Resultados del análisis de contenido

Categoría	Subcategoría	#	%
Intención del meme	Emocional	8	80
	Cognitiva	2	20
Retórica del humor	Burla	3	30
	Parodia	1	10
	Ironía	3	30
	Otra	3	30

Categoría	Subcategoría	#	%
Estilo de humor	Afliativo	5	50
	Agresivo	5	50
Finalidad	Dañino	4	40
	Inofensivo	6	60
Objetivos memes dañinos	Ofender	1	25
	Perjudicar	3	75
Público al que apunta el daño	Individuo	1	25
	Organización	2	50
	Sociedad	1	25

Fuente: elaboración propia.

Al contar con una muestra breve, los codificadores consensuaron el 100% las unidades de análisis. Los resultados, que no son generalizables, por el tamaño de la muestra, dan cuenta de que: 1) la mayoría de los memes populares apela a las emociones y no al uso de la lógica, lo que implica un problema, debido a que las emociones son falibles y pueden abrumar la racionalidad. Argumentar a través de la emoción ensalza el argumento. Eso explica por qué, debido a su efecto persuasivo, se arraigan creencias basadas en emociones. Por contraste, la lógica se usa para deducciones válidas y evita el razonamiento falaz (Chowdhary, 2020, p. 47); 2) la ironía y la burla son los recursos retóricos asociados al humor más utilizados, lo que da cuenta de la alta carga moral en los memes: señalan los errores de otros y denotan un supuesto estatus superior de sus emisores; 3) los memes recurren en igual cantidad, por un lado, al humor afiliativo, que se relaciona con la connotación tradicionalmente positiva del humor, y captan el uso de chistes prosociales y bonachones para promover la cohesión social y generar vínculos con otras personas, y, por otro, al humor agresivo, en el que se resalta el error que alguien ha cometido; 4) la mayoría de los memes se identificaron como inofensivos y, en los cuatro que se determinó una finalidad dañina, el perjuicio apunta a los medios de comunicación, a Putin, América Latina y la OTAN. En conjunto, los resultados dan cuenta de que, aunque al inicio los memes asociados a los temas de relevancia política y social fueron elogiados por alentar la participación democrática y la disidencia progresista, estos tienen un revés negativo, ya que pueden utilizarse para difundir la intolerancia, polarizar y desinformar.

Conclusiones

Los memes son un medio poderoso para transmitir opiniones socioculturales y políticas, así como para expresar emociones. Mediante su naturaleza humorística, persuasiva y difusión exponencial, aportan a una construcción simplista y caricaturizada (“memetizada”, si cabe el término) de la realidad social. En su semántica, camuflada detrás del supuesto de que “solo es una broma”, se permean ideologías, perspectivas y críticas sociales, pero también visiones estereotipadas y prejuicios que se evidencian en la representación de personas, instituciones o hechos. En el caso de los memes evaluados durante este estudio, por ejemplo, se hizo alusión a la “irrelevancia” de Latinoamérica en el plano geopolítico, lo cual deja al descubierto visiones sobre la región que encontraron apoyo en los usuarios de Twitter.

La emoción predominante es el miedo, ya sea a participar en una guerra mundial o a las armas nucleares, o solapado en el acto de crear y compartir memes para sobrellevarlo; mientras que la intención más relevante es la crítica, dirigida en primer lugar a los usuarios, por hacer memes sobre la guerra, es decir, en términos autorreferenciales, si se considera el origen latinoamericano de la mayoría de las piezas analizadas. La falta de empatía y candidez que conllevaría aquel acto, así como el peso geopolítico de la región y su postura distante respecto al conflicto, son los temas más frecuentes. En menor medida, la misma intencionalidad recae en las prioridades informativas de los medios occidentales, desde una perspectiva cultural o étnica, y en un apoyo no militar o “casi publicitario” de la OTAN a Ucrania.

La demonización del otro y un sentido de pertenencia también están latentes. Más alejada culturalmente de Occidente, y como líder del país invasor, la figura de Putin se asocia con rasgos negativos, como maldad, perturbación, manipulación, frialdad y regocijo ante la guerra. La representación de la integración latinoamericana, en cambio, si bien es celebrada con un efecto positivo de pertenencia, acude al aislamiento del resto mundo y, particularmente, de los países involucrados directa o indirectamente en la guerra.

Las diferentes capas intertextuales identificadas en los memes implican tres grados de dependencia semántica. Existen memes que no depen-

den de sus intertextos, en su mayoría procedentes de la cultura audiovisual. En otros, la falta de claridad sobre sus referencias intertextuales equivale a una significación ambigua, mientras que algunos poseen referencias intertextuales que acentúan su significación y aportan matices.

Referencias

- Ayala, T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 26, 23-48. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2014.n26-02>
- Barthes, R (1971). *Elementos de la semiología*. Alberto Corazón.
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Paidós.
- Candale, C.-V. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias. Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*, 8, 201-220.
- Cao, M. (1998). La retórica visual como análisis posible en la didáctica del arte y de la imagen. *Arte, Individuo y Sociedad*, 10), 39-64.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Areté.
- Chowdhary, K. (2020). *Fundamentals of artificial intelligence*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-81-322-3972-7>
- De Dios, S., Romero-Rodríguez, L. y Aguaded, I. (2020). El lenguaje como creador de realidades y opinión pública: análisis crítico a la luz del actual ecosistema mediático. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 67, 139-157. <https://doi.org/10.17141/iconos.67.2020.3942>
- Diresta, R. (2018). Computational propaganda: If you make it trend, you make it true. *The Yale Review*, 106(4), 12-29. <https://doi.org/10.1111/yrev.13402>

- Gal, N., Shifman, L. y Kampf, Z. (2013). It gets better: Internet memes and the construction of collective identity. *New Media & Society*, 17(1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/1461444814568784>
- Gómez, H. (2013). Desinformación en Internet y la hegemonía en redes sociales. *Gestión de las Personas y Tecnología*, 5(16), 26-34.
- Katz, Y. y Shifman, L. (2017). Making sense? The structure and meanings of digital memetic nonsense. *Information, Communication & Society*, 20(6), 825-842. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1291702>
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis*. Sage.
- López, A. (2015). El impacto de Twitter en el periodismo: un estado de la cuestión. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 2(4), 34-41. <https://doi.org/10.24137/raeic.2.4.6>
- Martin, R., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J. y Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the humor styles questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37, 48-75. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00534-2](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00534-2)
- Milner, R. (2016). *The world made meme: Discourse and identity in participatory media*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262034999.001.0001>
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Paidós.
- Pandey, A., Mukherjee, S., Bajaj, S. y Jonnalagadda, A. (2019). Identification of meme genre and its social impact. *Smart Intelligent Computing and Applications Smart Innovation, Systems and Technologies*, 105, 11-21. https://doi.org/10.1007/978-981-13-1927-3_2

- Petrova, Y. (2021). Meme language, its impact on digital culture and collective thinking. *E3S Web of Conferences*, 273, 11026. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127311026>
- Piata, A. (2019). Stylistic humor across modalities: The case of classical art memes. *Internet Pragmatics*, 2(2), 174-201. <https://doi.org/10.1075/ip.00031.pia>
- Pidkuimukha, L. y Kiss, N. (2020). Battle of narratives: Political memes during the 2019 Ukrainian presidential election. *Cognitive Studies*, 20, 1-23. <https://doi.org/10.11649/cs.2246>
- Pramanick, S. *et al.* (2021). Detecting harmful memes and their targets. *Findings of the Association for Computational Linguistics*, 2783-2796. <https://doi.org/10.18653/v1/2021.findings-acl.246>
- Pujol, F. (2018). La prensa en Twitter: análisis de actividad e impacto en 2018. *Cuadernos de Periodistas*, 38, 54-67.
- Rousseau, J. J. (1750). *Discurso sobre las artes y las ciencias*. iUniverse.
- Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu.
- Sola-Morales, S. (2020). Humor en tiempos de pandemia. Análisis de memes digitales sobre la covid-19. *Zer*, 25(49), 33-58. <https://doi.org/10.1387/zer.21817>
- Torres-Marín, J., Navarro-Carrillo, G., Eid, M. y Carretero-Dios, H. (2022). Humor styles, perceived threat, funniness of Covid-19 memes, and affective mood in the early stages of Covid-19 lockdown. *Journal of Happiness Studies*, 1-21. <https://doi.org/10.1007/s10902-022-00500-x>
- Wagener, A. (2021). The postdigital emergence of memes and GIFs: Meaning, discourse, and hypernarrative creativity. *Postdigital Science*

and Education, 3, 831-850. <https://doi.org/10.1007/s42438-020-00160-1>

Wiggins, B. (2018). *The discursive power of memes in digital culture: Ideology, semiotics, and intertextuality*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429492303>

Woods, H. y Hahner, L. (2019). *Make America meme again: The rhetoric of the Alt-Right*. Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/b14436>

Zanette, M., Blikstein, I. y Visconti, L. (2019). Intertextual virality and vernacular repertoires: Internet memes as objects connecting different online worlds. *Revista de Administração de Empresas*, 59(3), 157-169. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020190302>