

#DelHumoralOdio: El discurso de odio a través de memes en Twitter/X en el contexto venezolano¹

Msc. Verónica Fuenmayor C.

Licenciada en Psicología y Magíster Scientiarum en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Profesora e investigadora del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV). Investigadora del Observatorio de Comunicación Política y Desinformación (ObserVE), del ININCO, y exinvestigadora del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL).

<https://orcid.org/0000-0003-1139-5901>

veronica.fuenmayor@ucv.ve

Resumen

Esta investigación tuvo la finalidad de contribuir al entendimiento del fenómeno del discurso de odio, expresado concretamente, a través de memes, que circularon en Twitter/ X, en el contexto venezolano. Para ello, a partir de un abordaje cualitativo, se realizó el análisis de 66 memes con potenciales mensajes de odio, seleccionados durante el lapso comprendido entre el 10 de noviembre y el 10 de diciembre de 2021. El criterio de búsqueda y selección implicó explorar las tendencias durante ese lapso. El estudio concluyó que, en el contexto venezolano, los memes no escapan del discurso de odio, que su circulación contribuye a incrementar la polarización política en el país y dificulta la posibilidad de conciliación tan necesaria para superar la crisis sociopolítica existente. Se recomienda seguir investigando el tema e indagar en áreas del mismo que no hayan sido exploradas aún.

Palabras clave: Discurso de odio, ideología política, imeme, meme, Twitter/X.

#DelHumoralOdio: Hate speech through memes on Twitter/X in the Venezuelan context

Abstract

This research's purpose was to contribute to the understanding of the hate speech phenomenon, specifically expressed through memes, which circulated on Twitter/X, in the Venezuelan context. To do this, based on a qualitative approach, we analyzed 66 memes with potential hate messages, selected during the period between November 10 and December 10, 2021. The search and selection criteria involved exploring the trends during that period. The study concluded that, in the Venezuelan context, memes do not escape hate speech, that their circulation contributes to increasing political polarization in the country and hinders the possibility of conciliation so necessary to overcome the existing sociopolitical crisis. We recommend to continue researching the topic and investigating areas of it that have not yet been explored.

Keywords: Hate speech, political ideology, imeme, meme, Twitter/X.

¹ La presente investigación forma parte del proyecto “Convivencia, reparación social y ciudadanía”, uno de cuyos principales objetivos es reconocer la importancia de la comunicación ciudadana, en pro de la reconstrucción democrática en Venezuela. Dicho proyecto, además, se enmarca en las actividades de investigación, docencia y extensión que se llevan a cabo en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), en este caso particular, en alianza con el Instituto de Psicología, ambos entes adscritos a la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela y con el apoyo de la Fundación Centro Gumilla.

1. Introducción

El tema del discurso de odio ha generado mucha polémica entre quienes abogan por la creación de leyes que impidan que se manifieste y, con ello, que disminuya la aparición de casos de incitación a los crímenes de odio y quienes alegan que estas leyes vulneran las libertades individuales y por este motivo no debería existir ningún tipo de regulación. Mientras los debates a este respecto continúan, las redes sociales se inundan de mensajes en los que se insulta, se humilla y se veja a personas y grupos, lo que, en lugar de facilitar la solución de los problemas, los agrava e incluso se convierte en un problema en sí mismo. Es por este motivo que consideramos tan importante el abordaje de este tema para poder ahondar en sus posibles manifestaciones y características, en aras de conocerlo mejor y contrarrestarlo adecuadamente.

Para lograr lo que nos proponemos debemos comenzar por precisar a qué nos vamos a referir cuando hablemos de discurso de odio. Para tal fin, rescatamos la definición de Carmen Cantillo y Javier Gil, quienes plantean que:

El término “discurso del odio” se emplea para referirse a comentarios que incitan a la violencia y la discriminación y abarca diversos contextos: racismo, xenofobia, terrorismo, ideologías religiosas, de género, discapacidad, etc. incluye diferentes manifestaciones y, en concreto, en la Red, puede alcanzar cotas insospechadas, apoyadas en la sensación de impunidad que provocan estos entornos (Cantillo y Gil, 2018, p. 11).

Como podemos observar, estos autores hacen mención a la incitación a la violencia y la discriminación como factores fundamentales dentro del discurso de odio y, además, al papel que juega el anonimato que posibilitan las redes, en el alcance que ha tenido este tipo de discurso en las mismas. Mencionan, además, que la violencia y la discriminación obedecen a cuestiones de raza, credo, género, a esto agregamos nosotros la ideología política. Este es el caso de Venezuela, país que vive una grave crisis económica, social y política desde hace por lo menos 12 años.

Esta crisis ha generado, entre muchos otros acontecimientos, una polarización política muy fuerte, la cual se produce porque algunos individuos “alinean sus creencias en posiciones extremas y en conflicto” (Isenberg, 1986 en Civila, Romero-Rodríguez y Aguaded, 2020, p. 98), lo cual puede evidenciarse en las interacciones de dichos sectores en redes sociales, en las que las descalificaciones, los insultos, las vejaciones e incluso las calumnias con respecto a algunos partidarios de uno u otro sector son el pan nuestro de cada día.

MSC. VERÓNICA FUENMAYOR C.

Una de las tantas formas en que estas interacciones se realizan es a través de los memes. Éstos, como expresión popular en las redes sociales, permiten, gracias a la naturaleza del formato, economizar el lenguaje al momento de expresar ideas y valores; además, son fácilmente replicables y modificables, lo que ayuda a que circulen a gran velocidad, con lo cual se amplifican las ideas y valores presentes en dichos mensajes.

Tomando en cuenta lo planteado hasta el momento, la presente investigación busca contribuir con el entendimiento del fenómeno del discurso de odio en el contexto venezolano a través de memes en Twitter/X, a partir de la selección de mensajes relativos a temas asociados a la realidad venezolana y que fueron tendencia en esa red social entre las fechas 10 de noviembre y 10 de diciembre de 2021, con el fin de intentar dar respuesta a alguna de estas interrogantes: ¿Se utilizan los memes para transmitir mensajes de odio en Venezuela?, ¿Qué características tienen los mensajes de odio en los memes utilizados en Twitter en Venezuela?, ¿Cuáles son los mensajes específicos que encontramos en los memes de discurso de odio en Twitter en la muestra seleccionada?

Consideramos que un estudio de este tipo reviste gran importancia puesto que sus hallazgos nos permitirán obtener una visión más amplia sobre el fenómeno del discurso de odio en el contexto venezolano actual. Y con ello, dar algunos pasos para combatir la polarización y el conflicto social que éste genera. Así como avanzar hacia un proceso de acercamiento entre las partes -tan necesario- para salir de la crisis en la que se encuentra el país.

2. Discurso de odio

Un famoso diseñador defiende, en visible estado de embriaguez, la conducta genocida nazi. Una manifestación en España exhibe pancartas pidiendo la expulsión de inmigrantes por el único motivo de pertenecer a cierta nacionalidad. Tal petición resulta amparada también por un candidato electoral que además los identifica con la delincuencia de forma directa. Algunos vecinos de determinada localidad se manifiestan exigiendo la expulsión de otros que pertenecen a distinta etnia. Un clérigo sostiene justificaciones para el maltrato a las mujeres. Y así podríamos continuar enumerando muchas y diversas manifestaciones de un mismo fenómeno (Cueva, 2012, p. 438).

En este ejemplo que expone Ricardo Cueva (2012), podemos observar situaciones de la vida cotidiana donde podemos evidenciar el discurso de odio. En este sentido, este autor coincide con los citados previamente al considerar

MSC. VERÓNICA FUENMAYOR C.

al discurso de odio como “(...) cualquier forma de expresión (...), cuyo propósito fuera el de discriminar, menoscabando su dignidad, a un grupo social o a sus miembros por su sola pertenencia al mismo” (Cueva, 2012, p. 438).

De acuerdo con el autor, aunque este tipo de discurso generalmente va dirigido a individuos distinguibles por su raza o etnia, su religión o su género u orientación sexual, esta clasificación ha ido ampliándose. Es en esta ampliación de la clasificación que nosotros incluimos a la ideología política, la cual, en el caso venezolano, está representada por las expresiones de los partidarios -con visión polarizada- de las tendencias políticas con más simpatizantes en el país, a saber, el partido de gobierno Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) y la oposición, que aglutina a un grupo de partidos y movimientos que en un momento conformaron la alianza de la Mesa de la Unidad Democrática (MUD). Junto a estos dos extremos, encontramos un tercer grupo que adversa a los dos anteriores, pues los considera igualmente corruptos e incompetentes y que aboga abiertamente por una salida intervencionista como única vía de solución a los conflictos del país.

Muchos de los mensajes que expresan los miembros de estos grupos en relación con sus adversarios, poseen las características que Ángela Sierra González menciona en su escrito *Los Discursos del Odio* (2007), a saber, se muestran principalmente en las campañas electorales, en los discursos políticos de sus representantes, en entrevistas en los diversos medios y en las redes sociales, pero no sólo en las cuentas de los dirigentes o representantes de estas tendencias, sino también en las de los simpatizantes de las mismas, militen o no en algún partido político. También pueden apreciarse en las conversaciones del ciudadano común en los distintos ambientes en los que éste interactúa.

Así, la principal característica del discurso de odio mencionada por esta autora, y que podemos evidenciar en los sectores políticos venezolanos polarizados, es la creación de la figura del enemigo, alrededor de la cual se estructuran las demás características.

Para Sierra, la figura del enemigo es la llave maestra, la que abre las puertas de la ira y la venganza, la de la aniquilación. Entonces, el enemigo es clave como recurso retórico porque se convierte en la figura que mueve los hilos detrás de la multitud de opositores posibles. El enemigo es la figura a la que se le adjudican todos los impulsos destructivos y a partir de la cual se restablece el consenso social, en caso de haberse perdido. “(...) Se consigue un consenso negativo, en contra de, pero con capacidad de engendrar adhesión social. La eficacia de la figura del enemigo

estará en relación de dependencia con la capacidad de generar la adhesión social y alejar la deliberación” (Sierra, 2007, p. 7).

De acuerdo con la autora, la adhesión de los partidarios de una tendencia determinada en torno al odio a un enemigo, tiene la ventaja de provocar una actitud integral de cara al mundo, la cual elimina el caos y la incertidumbre. Por ello, “sirve para filtrar principios, vuelve nítidas las opciones, aclara las filias y, también, las fobias, anticipa los pros y los contras, proporciona los argumentos para estar de acuerdo y también las razones para el desacuerdo” (Sierra, 2007, p. 8).

Otra característica del discurso del odio según Sierra, es que se odia porque se tiene la creencia de que el “Otro” implica una amenaza a la propia identidad, aunque esa amenaza sea virtual, o esté en el futuro y no en el presente. Así, la única garantía de la propia seguridad, está en la destrucción del objeto odiado, la indiferencia o el rechazo no parecen ser medidas suficientes (2007).

Se aprecia en esta afirmación, una de las características más importantes, según nuestro criterio, y es que el discurso de odio no deja lugar para el consenso ni para la negociación, puesto que su visión maniqueísta del mundo, que lo divide en buenos y malos, y en la que los enemigos son tan malos que ponen en peligro la propia vida, no existe la posibilidad de conciliación entre las partes.

Por ello, se considera a los discursos de odio como una forma de estructurar el imaginario social y de crear el escenario oportuno para la aparición de la polarización social, para lo cual, un vehículo eficaz son los medios de comunicación -tradicionales y digitales- (Benítez-Eyzaguirre, 2017; Prada Espinel y Romero-Rodríguez, 2018 en Civila, Romero-Rodríguez y Aguaded, 2020).

3. Discurso de odio en las Redes Sociales

Consideramos, junto con Cantillo y Gil (2018) que la propagación del discurso de odio en internet y redes sociales puede facilitarse, entre otros factores, debido a la sensación de impunidad que experimentan los usuarios de las mismas, por el anonimato y el uso de pseudónimos. Además, el potencial multiplicador de la información, la

posibilidad de que los contenidos pasen de una plataforma a otra con gran facilidad y el hecho de ser medios de comunicación sin fronteras, también contribuyen a su fácil propagación.

En el mismo orden de ideas, Cabo y García (2017) hacen una lista de las consecuencias que el discurso de odio, *online*, genera en el mundo *offline* -es decir, fuera de línea, más allá del uso de la red- y mencionan las siguientes: a) el daño emocional o psicológico a las víctimas de amenazas o acoso, por motivos de odio e intolerancia; b) la erosión de la dignidad y la reputación de individuos y colectivos que han sido objeto de discursos de odio; c) la perpetuación de estereotipos discriminatorios, además de la deshumanización y la estigmatización de colectivos; d) la reducción de la empatía hacia los colectivos deshumanizados; e) genera el caldo de cultivo propicio para que se produzcan delitos de odio y actos discriminatorios.

4. Un breve acercamiento al mundo de los Memes

Para adentrarnos en este tema debemos hacer referencia al concepto de meme acuñado por Richard Dawkins en su libro *El gen egoísta*, en el cual Dawkins indica que un meme sería el equivalente cultural de un gen biológico: “Cuando plantas un meme fértil en mi cabeza literalmente parasita mi mente, convirtiéndola en un vehículo para la propagación del meme del mismo modo que un virus parasita el mecanismo genético de la célula que lo acoge” (2006, p. 192 en Aladro y Padilla, 2015, p. 400).

Un meme sería entonces una unidad cultural capaz de transmitirse y de sobrevivir en un determinado ecosistema social y, al igual que los genes, sufrir mutaciones, unirse con otros memes para formar unidades culturales más complejas (memplexes) o, en algún momento, extinguirse a causa de otros memes o memplexes más fuertes que ellos (Ruiz, 2018).

En vista de lo anterior, los memes cumplirían una función similar a la de los genes, pero con información de carácter cultural y se caracterizarían por poseer tres propiedades básicas, a saber: a) longevidad, es decir, la capacidad para perdurar en el tiempo; b) fecundidad, esto es, la capacidad para reproducirse y; c) fidelidad al original en la transmisión, de tal manera que, el núcleo de la información permanezca a través de las posibles variantes (Ruiz, 2018).

MSC. VERÓNICA FUENMAYOR C.

Partiendo del concepto de Dawkins encontramos diversos ejemplos de lo que podría ser un meme. Así, un ejemplo sencillo pueden ser los refranes, que se han transmitido de generación en generación como fórmulas de sabiduría popular, también los chistes, que se reelaboran constantemente. Igualmente, el bautismo o el matrimonio, que serían memes que conforman a su vez el memeplexe del cristianismo.

Así, “los memes se conciben como entidades cerradas inalterables, incapaces de dejarse seducir por nuevas ideas, de dejarse contaminar por nueva información, inalterables pese a su cambio de escala o intensidad” (Rowan, 2015, p. 10). Este punto es uno de los que más se critica a los planteamientos de Dawkins, ya que la consideración de que existen unas unidades de información cerradas que viajan de cerebro a cerebro sin ser alteradas por los procesos que suceden en los cuerpos de las personas por las que pasa esa información, no le da cabida a la creatividad, porque el meme necesita mantenerse cerrado para que su mensaje pueda seguirse transmitiendo de un cuerpo a otro.

5. Meme de internet o *imeme*

De acuerdo con Ignacio Gómez García la primera definición académica del *imeme* fue propuesta por Patrick Davison en su trabajo *The Language of Internet Memes* y plantea que “Un meme de Internet es un fragmento de cultura, generalmente un chiste, que va adquiriendo influencia a medida que se va transmitiendo en línea” (Vélez, 2012 en Gómez García, 2013, p. 3).

Para José Manuel Ruiz, las características básicas de un *imeme* serían: es un elemento cultural con una intención comunicativa, que por lo general es una broma o un contenido con la pretensión de ser ingenioso y que se crea para ser difundido a través de la Red; su éxito estriba en su capacidad para difundirse con rapidez, la que depende de su sentido de oportunidad y su capacidad para responder a una realidad social particular. Por último, además de compartirse, los usuarios lo van alterando deliberadamente en el proceso, es decir, se reapropian de los memes y los modifican para adaptarlos a sus necesidades comunicativas particulares (Ruiz, 2018).

Por su parte Patrick Davison considera que en los memes se distinguen tres aspectos: la manifestación, que sería el conjunto de actualizaciones a que da lugar el meme; la conducta, es decir, las acciones que realizan los individuos para que el meme sobreviva y se difunda; y la idea o concepto que subyace al meme (Davison, 2010, en Ruiz, 2018). Por ello, el meme nunca es el objeto con el que nos encontramos, que siempre será una de las posibles manifestaciones

de un meme, sino toda la constelación de objetos que dan sentido a ese meme (Rowan, 2015, en Ruiz, 2018). Por ende, es preferible hablar de memética o de proceso memético que de memes como objetos (Milner, 2015 en Ruiz, 2018).

Por otra parte, Ryan Milner afirma que los memes de internet son construcciones discursivas que sirven para articular argumentaciones, con lo cual plantea que además del humor, los memes tienen otra característica y es la cualidad para transmitir con éxito ciertas ideas y ser en sí mismos formas de argumentación (Milner, 2012, en Ruiz, 2018, p. 1000).

6. Metodología

Esta investigación se enmarca dentro del enfoque cualitativo. Aunque también hay datos cuantitativos, la investigación enfatiza los aspectos cualitativos, puesto que lo que se desea conocer es la naturaleza del fenómeno y no su magnitud. Asimismo, es de carácter inductivo, pues busca comprender el fenómeno a partir de los datos y no recogerlos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos (Taylor y Bogdan, 1992). Es idiográfico, pues se desea conocer el fenómeno en profundidad estudiando pocos casos y no hacer un análisis superficial abarcando un mayor número de estos. Por último, la perspectiva del objeto de estudio es holística, pues no se consideró éste como un fenómeno aislado sino enmarcándolo dentro de su contexto.

Para analizar el grupo de imemes seleccionados, se utilizó el análisis de contenido cualitativo, en vista de que indica tanto el contenido manifiesto como el contenido latente de los datos a ser analizados. Además, se centra en la comunicación, pero no sólo en el plano verbal, porque puede ser aplicado también a materiales visuales y sonoros, pintura, fotografía, video, música, entre otros, todo lo cual en ocasiones se denomina “material simbólico” (Cáceres, 2003).

A diferencia del análisis de contenido cuantitativo, no se limita a la obtención de frecuencias para cada clase elaborada, sino que se enriquece de la elaboración teórica de los investigadores -surgida tanto de su experiencia previa como de los conocimientos aportados por la investigación- y del cruce de las operaciones de recolección de datos, codificación, categorización e interpretación final. Así, en este enfoque se pone de relieve el objetivo interpretativo de

la técnica, es decir, la obtención de resultados integrales, profundos e interpretativos más allá de los aspectos léxico-gramaticales (Cáceres, 2003).

El objeto de estudio de esta investigación, como se ha mencionado anteriormente, son los imemes, específicamente los que evidencian mensajes de odio en relación con la ideología política y que hacen referencia al contexto venezolano en Twitter/X.

Para extraer el conjunto de imemes a analizar se revisó un total de 567 tuits y sus respectivos comentarios, buscando los posibles imemes contentivos de mensajes de odio. La selección se extrajo de hashtags que fueron tendencia en Venezuela en Twitter/X entre los días 10 de noviembre y 10 de diciembre de 2021.

Aparecieron diversas tendencias en las que el discurso de odio se hizo presente, sin embargo, se tomó la decisión metodológica de seleccionar sólo tres: 1) las megaelecciones de alcaldes, concejales y gobernadores del 21 de noviembre de ese año; 2) el intento de alcanzar un récord Guinness a “la orquesta más grande del mundo” por parte del Sistema de Orquestas Infantiles y Juveniles de Venezuela y; 3) Mamagüevo (#MMGVO) -un insulto de considerable magnitud en Venezuela-, en vista de que eran las que contenían más comentarios realizados a través de memes. Posteriormente, se realizó una primera selección de 226 imemes, de los cuales se escogió los que reunieron todos los criterios para ser considerados imemes contentivos de mensajes de odio, con lo cual la muestra quedó reducida finalmente a 66 imemes, que fueron los analizados.

Del total de tuits revisados se seleccionaron 66 imemes que eran los que reunían todos los criterios para ser considerados memes contentivos de mensajes de odio y se procedió a la escogencia de las categorías de acuerdo con las cuales fueron catalogados, descritos y contabilizados, para obtener los primeros datos a ser analizados.

7. Resultados

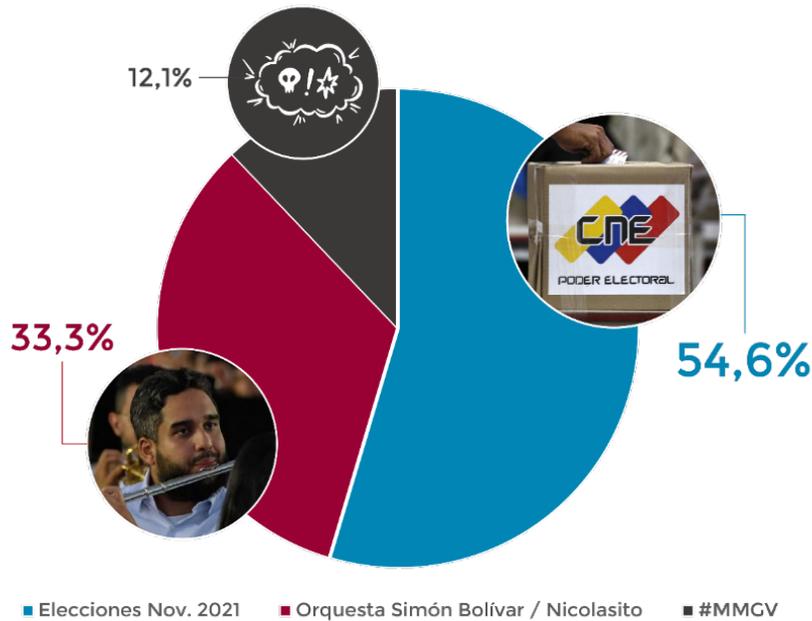


Gráfico 1. Tendencias en Twitter/X

En el primer gráfico observamos el porcentaje de memes con mensajes de odio que tiene cada una de las tendencias señaladas. Así, la tendencia que más memes generó fue **Elecciones 21N**, que, como podemos ver, tiene más de la mitad del total de memes analizados: 54,6%, seguida de la tendencia **Sistema de Orquestas** intentando romper un récord Guinness, que se encontró en el 33,3% de los memes analizados y, por último, la tendencia **#MMGVO** que contó con solo el 12,1 % de los memes del total analizado.

De estos resultados podemos inferir que **Elecciones 21N** fue la que más memes con mensajes de odio produjo, puesto que el tema de las elecciones en Venezuela es un tema álgido, prácticamente desde que el chavismo llegó al poder. Desde entonces ha habido, voces que dudan de la imparcialidad del CNE, de la confiabilidad de las máquinas de votación y del sistema de votación electrónica, lo cual no ha hecho más que incrementarse con los años, a medida que la crisis ha ido agudizándose y que la polarización se ha hecho más patente. Este es uno de los temas que más afecta la vida de los venezolanos, por ello, consideramos que estos resultados reflejan la situación del país para el momento de realizada la selección de la muestra.

MSC. VERÓNICA FUENMAYOR C.

En cuanto a la tendencia **Sistema de Orquestas**, presumimos que, aunque el acontecimiento también generó discusión y memes con mensajes de odio, la proporción fue menor que con la tendencia anterior porque el intento de obtener un récord Guinness era un evento puntual que no afectaba de manera directa las vidas de los habitantes del país. Debe acotarse que el rechazo a este acontecimiento obedeció a dos factores: la opinión de que era un gasto innecesario habiendo necesidades más importantes que atender en el país y la presencia de Nicolás “Nicolásito” Maduro entre los músicos asistentes, porque se asumió como un intento por parte del Gobierno de politizar el evento y sacar provecho del mismo.

Por último, aunque la tendencia **#MMGVO** pudiera parecer a simple vista la que generaría mayor cantidad de memes con mensajes de odio, fue la que menos memes generó, por lo menos en el período en el que nuestra muestra fue recogida. Esto pudiera indicar, que los mensajes que se transmitieron con este hashtag no eran solo memes, sino también comentarios escritos.

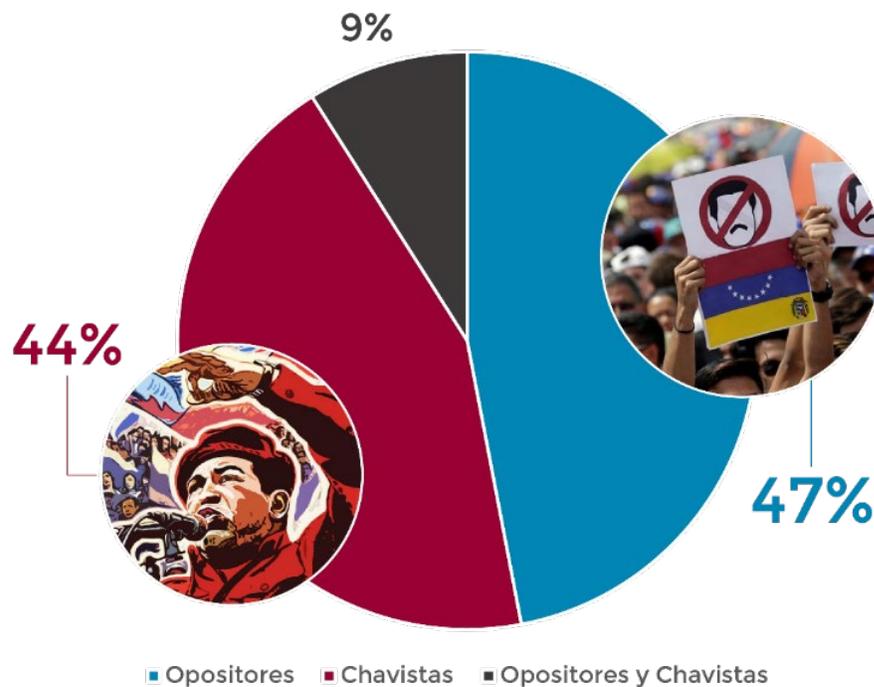


Gráfico 2. ¿A quiénes van dirigidos los mensajes?

MSC. VERÓNICA FUENMAYOR C.

Puede evidenciarse de acuerdo con el porcentaje de casos, cómo en esta categoría, los grupos están más equilibrados. Sólo hay 3 puntos porcentuales de diferencia (2 memes) entre los que están dirigidos a los opositores (47%) y los que están dirigidos a los partidarios del Gobierno (44%), lo que permite suponer que no había diferencias importantes entre los grupos que recibieron los mensajes de odio, es decir, al menos de acuerdo con estos resultados no se observa un grupo que reciba significativamente más ataques que otro. Otro dato interesante es que hay un grupo, aunque pequeño en relación con nuestra muestra (9%), en el que los mensajes se dirigen tanto a los simpatizantes del chavismo como a los de la oposición. Pudiéramos inferir que los emisores de dichos mensajes pertenecen a un grupo de opositores con una postura radical, para los cuales, los opositores que abogan por negociar con el Gobierno, son también sus “enemigos” ya que son aliados encubiertos de éste.

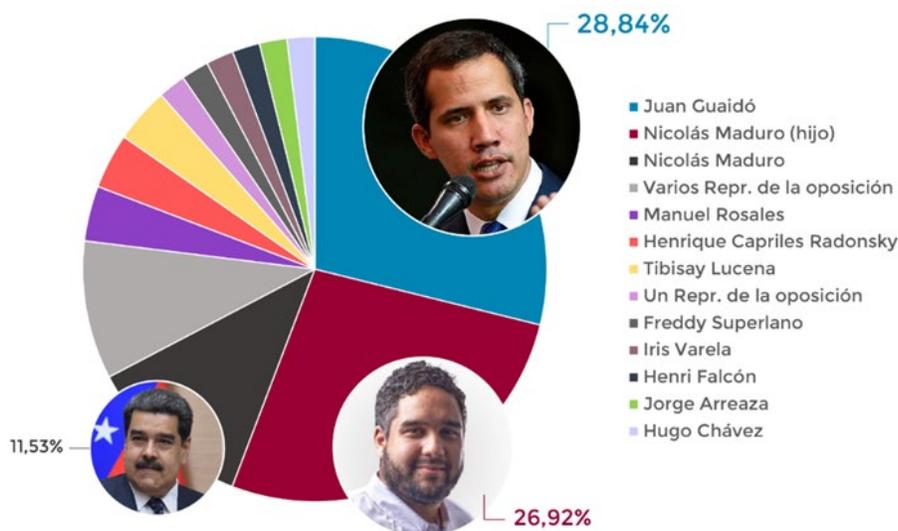


Gráfico 3. Personas mencionadas

En este gráfico podemos observar cómo, en los 52 memes que nombraron específicamente a alguna persona, las personas mencionadas eran figuras importantes dentro del escenario político venezolano para el momento de selección de la muestra. Así, en primer lugar, está Juan Guaidó (principal líder opositor de entonces), quien obtuvo 28,84% de las menciones provenientes tanto de simpatizantes del chavismo como de opositores con posturas extremas que lo veían como un traidor a su causa. Estos mensajes se inscriben en dos de las tres tendencias analizadas: **Elecciones 21N** y **#MMGVO**. Además, también aparece mencionado en la categoría de Representantes varios de la oposición, por lo cual, podríamos afirmar que es el político con más menciones en los memes de nuestra muestra.



Imagen 1. Ejemplo de constelación de artefactos referentes a Juan Guaidó

En segundo lugar, se encuentra Nicolás Maduro hijo, con 26,92% de las menciones, todas provenientes del hashtag **Sistema de Orquestas/Nicolasito**. Nicolás Maduro está en tercer lugar con 11,53% de las menciones. El porcentaje restante de las menciones se divide entre: Representantes varios de la oposición (9,61%), Manuel Rosales, Henrique Capriles Radonsky, Tibisay Lucena (3,84% cada uno), y los demás personajes que fueron mencionados en una sola ocasión, 1,92% cada uno.

Resalta de estos resultados, que son las personas, los políticos, los destinatarios de los ataques y no los partidos políticos a los que pertenecen y que representan. De acuerdo con Koldobika Meso-Ayerdi, et al., este hecho podría explicarse porque “la escasa popularidad de los políticos parece justificar su mayor presencia en los tweets. La gente

tiende a hacer objeto de su malestar, enfado o crítica a aquellas personas o situaciones más impopulares” (2017, pp. 677-678). De acuerdo con este planteamiento, la mayoría de los políticos venezolanos sería bastante impopular para el momento de recogida de la muestra.

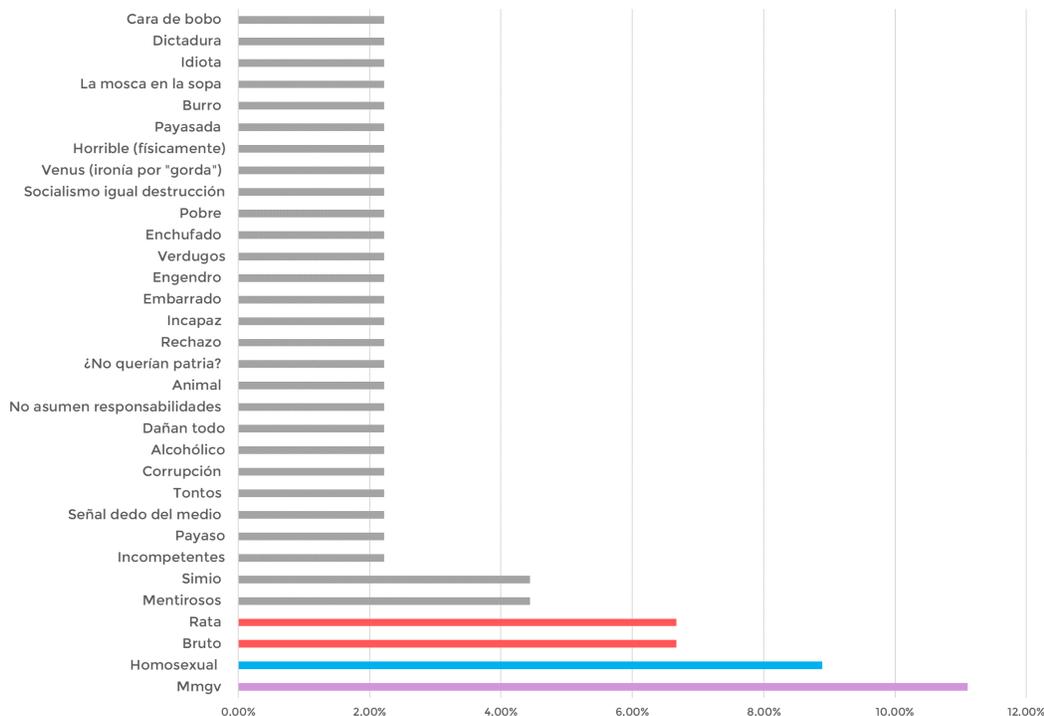


Gráfico 4. Expresiones más utilizadas para clasificar al Gobierno y a los chavistas

En este gráfico se evidencia que, dentro de la muestra estudiada, los calificativos más frecuentes dirigidos a los representantes del Gobierno y a sus simpatizantes son: mmgvo, homosexual, bruto, rata, mentiroso y simio. Mientras que para la oposición son: payaso, traidor, mmgvo, mentirosos, falsos e incompetentes. Estos resultados parecen reafirmar la falta de popularidad de la dirigencia política durante el período estudiado.

Además, evidencian que la percepción que tiene este sector de “haters” del Gobierno y sus simpatizantes, es que son ignorantes e incultos (bruto, simio) y que son personas despreciables y en las que no se puede confiar (rata, mentiroso). Podemos apreciar también, como se sigue utilizando el término homosexual como un insulto, de manera peyorativa, situación que evidencia que aún existen en el país muestras de homofobia y machismo.

En cuanto a los calificativos dirigidos a la oposición en general y a Guaidó en particular, observamos que en su mayoría se relacionan con la imposibilidad de la oposición de organizarse para alcanzar la presidencia del país y sacar al chavismo (payaso, incompetentes) y las acusaciones de haber hecho un pacto con el actual Gobierno, con lo

cual, no habrían alcanzado la presidencia intencionalmente, puesto que estarían beneficiándose con la situación tal como está (traidor, mentirosos, falsos).

En cuanto al término mmgvo, fue utilizado para ambos grupos, puesto que, como ya se mencionó, es un insulto en extremo ofensivo en Venezuela. En esta categoría se puede evidenciar de manera palpable, cómo los memes son utilizados como propagadores de mensajes de odio.

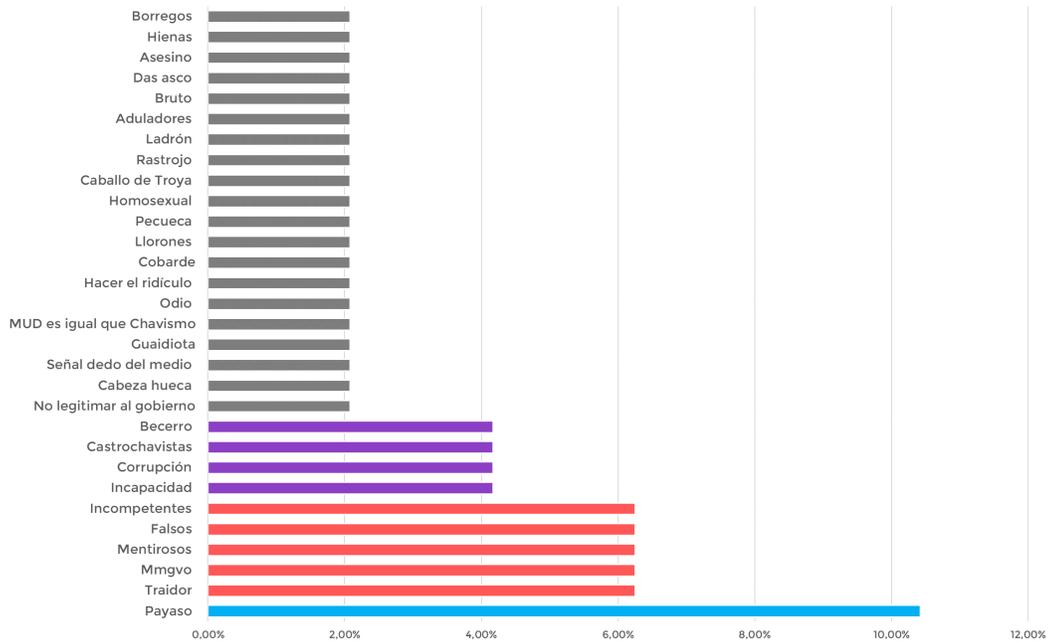


Gráfico 5. Expresiones más utilizadas para calificar a la oposición

Como evidencian los gráficos comentados previamente, todos los calificativos son insultos y ofensas y, aunque en la gran mayoría de casos estén inscritos dentro de un meme humorístico, no dejan de representar discurso de odio. Hay que acotar en este punto, que la deshumanización no se trabajó como categoría de análisis dentro de este estudio, pero esto no fue azaroso, sino realizado ex profeso porque consideramos que en todos y cada uno de los artefactos, de la tendencia ideológica que fueran, esta categoría estaba presente, como rasgo fundamental. En la imagen 2 podemos ver algunos de los ejemplos más representativos.

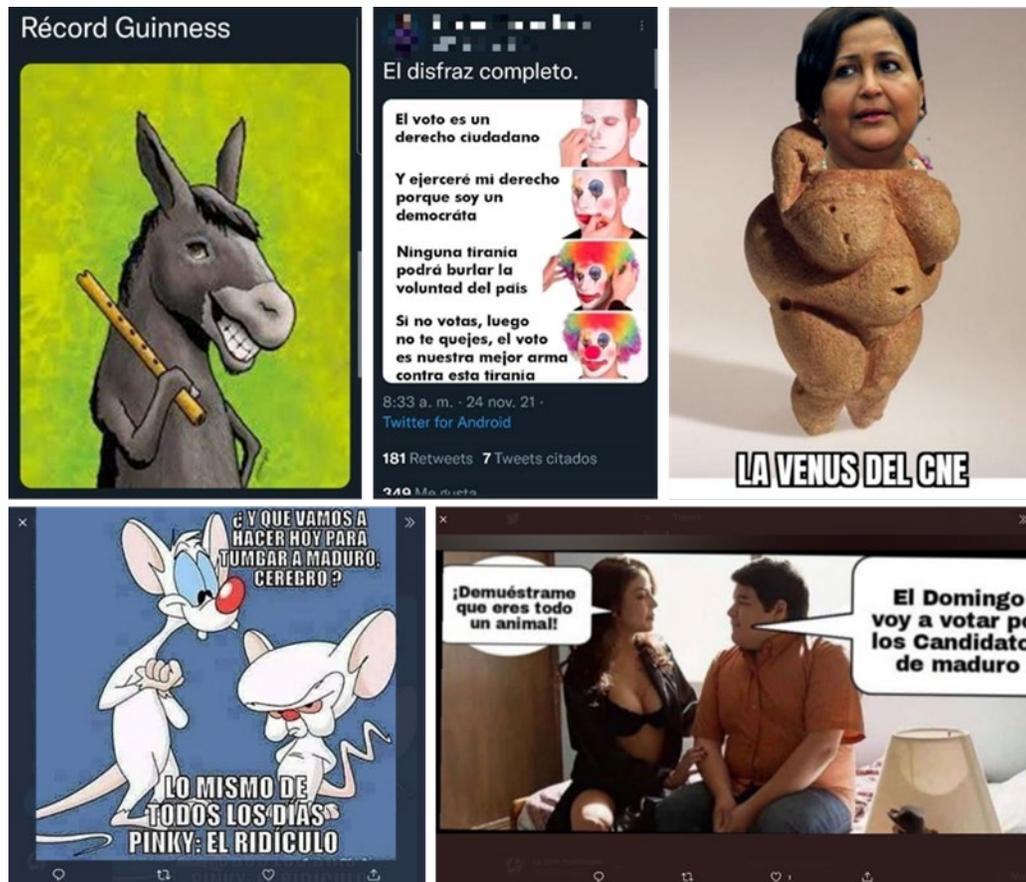


Imagen 2. Ejemplo de *imemes* donde se evidencia la deshumanización

La segunda parte de nuestro análisis comprende la observación y descripción de las cualidades de los memes seleccionados, las que señalamos a continuación.

Primeramente, las características morfológicas de los memes analizados son variadas, a pesar de que todos se encuentran dentro de lo que se denomina imágenes macro.



Imagen 3. Ejemplo de imágenes macro

Por otra parte, hay algunos artefactos que, claramente, forman constelaciones o familias y otros que - aparentemente- son huérfanos, puesto que no encontramos más objetos con las mismas características en nuestra muestra. Sin embargo, si nos remitimos a una idea expresada con bastante frecuencia en los memes analizados, que podría resumirse del siguiente modo: “no voy a votar porque la oposición es igual de mala que el Gobierno”, podrían agruparse estos memes huérfanos alrededor de ésta y constituir, de este modo, otra constelación. Así sucede también con los memes de los “haters” del Gobierno y de la oposición, que quedarían enmarcados dentro de estas respectivas constelaciones.

Lo anterior coincide con lo planteado por Rowan (2015) y Ruiz (2018) cuando afirman -siguiendo a Davison- que el meme no es el artefacto aislado sino toda la familia de artefactos que comparten una idea y que pasan por procesos de apropiación y transformación, y lo podemos apreciar en la Imagen 4, en la que hay 6 artefactos distintos, pero que circulan en torno a la idea del rechazo al evento para obtener el récord Guinness a la orquesta más grande del mundo y, más aún, a que Nicolás Maduro hijo, estuviera entre los músicos del Sistema Nacional de Orquestas y Coros Juveniles e Infantiles de Venezuela. Incluso podemos observar un artefacto (fila superior, tercero de izquierda a derecha) que está a favor del evento y, sin embargo, en su argumentación, antes de exponer las razones por las cuales apoya el mismo, ataca y ofende a los que no están de acuerdo. Sigue habiendo allí discurso de odio.

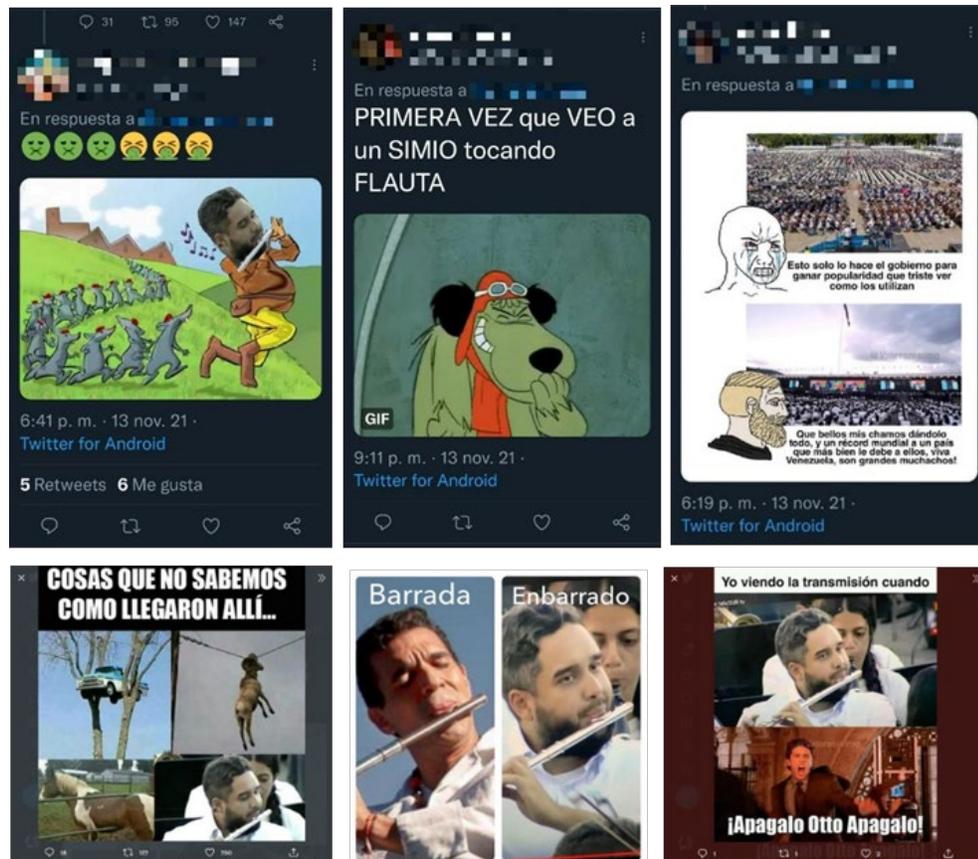


Imagen 4. Constelación de artefactos que evidencian el proceso memético

Adicionalmente, pudimos observar que, en el caso de los mensajes de odio, no siempre el mensaje es un mensaje humorístico. En la selección hecha para este estudio nos encontramos con algunos ejemplos en los que el mensaje era directamente ofensivo, particularmente en los mensajes que parecían tener mayor carga de rabia hacia el adversario.

Además, en los memes analizados, no hay críticas a la gestión de ningún gobernante, sino ofensas y adjetivos peyorativos para las figuras políticas y los partidos políticos o sus simpatizantes. Solo hay unos pocos casos en los que se acusa a la persona o grupo en cuestión de corrupción. Se observa claramente, entonces, que no hay ninguna intención constructiva. Al parecer, subyacen la rabia y el deseo de destruir al otro, en ningún caso de conciliar.

Una característica adicional encontrada en los memes seleccionados es que en su mayoría se fueron creando y se difundieron a medida que sucedían los acontecimientos a los que hacían referencia, para expresar una opinión o

MSC. VERÓNICA FUENMAYOR C.

sentimiento con respecto a los mismos, lo que evidencia la velocidad con la que pueden aparecer los diversos artefactos. De nuevo podemos mencionar el caso del **Sistema de Orquestas/Nicolasito**, en el que los memes comenzaron a surgir poco después de la aparición de Nicolás Maduro hijo tocando la flauta en el evento para tratar de conseguir el récord Guinness. En el caso particular del Sistema de Orquestas, los memes llegaron a pasar de Twitter/X a WhatsApp.

Además de lo ya expuesto, también pudimos observar, como una de las características de los memes estudiados, la presencia de la intolerancia y la concepción del adversario como el “enemigo”, que plantea Sierra (2007) es característica de los discursos de odio.

Podemos mencionar también, que los memes seleccionados y analizados, tienen los atributos típicos descritos por Milner (2012, en Ruíz, 2018), es decir, hacen referencia a la cultura popular y a situaciones conocidas, con lo cual, se observa claramente la intertextualidad de los artefactos.

Adicionalmente, utilizan figuras retóricas como la metáfora para hacer algunos de sus planteamientos. Por ejemplo, en el caso de Nicolás Maduro hijo, lo compararon con el *Flautista de Hamelin* y con *El burro flautista* (ambos cuentos infantiles). En el primer caso, para decir que él dirige -y lo siguen- las ratas (los chavistas, puesto que estas ratas tienen boinas rojas) y en el caso del burro, para compararlo con este animal y afirmar que, como en el cuento, terminó tocando la flauta por casualidad.

Otro ejemplo de utilización de una figura retórica es el meme en el que se recorta y pega la cara de Manuel Rosales sobre el *Caballo de Troya*, para decir que Rosales es un infiltrado en las filas de la oposición, puesto que, luego de ganar las elecciones a Gobernador en el estado Zulia el 21 de noviembre de 2021, fue a reunirse con Nicolás Maduro en el Palacio de Miraflores, actual sede del Gobierno y sitio que alberga el despacho del Presidente de la República, lo cual, para algunos sectores extremos de la oposición, es inconcebible, pues es considerado un acto de traición.

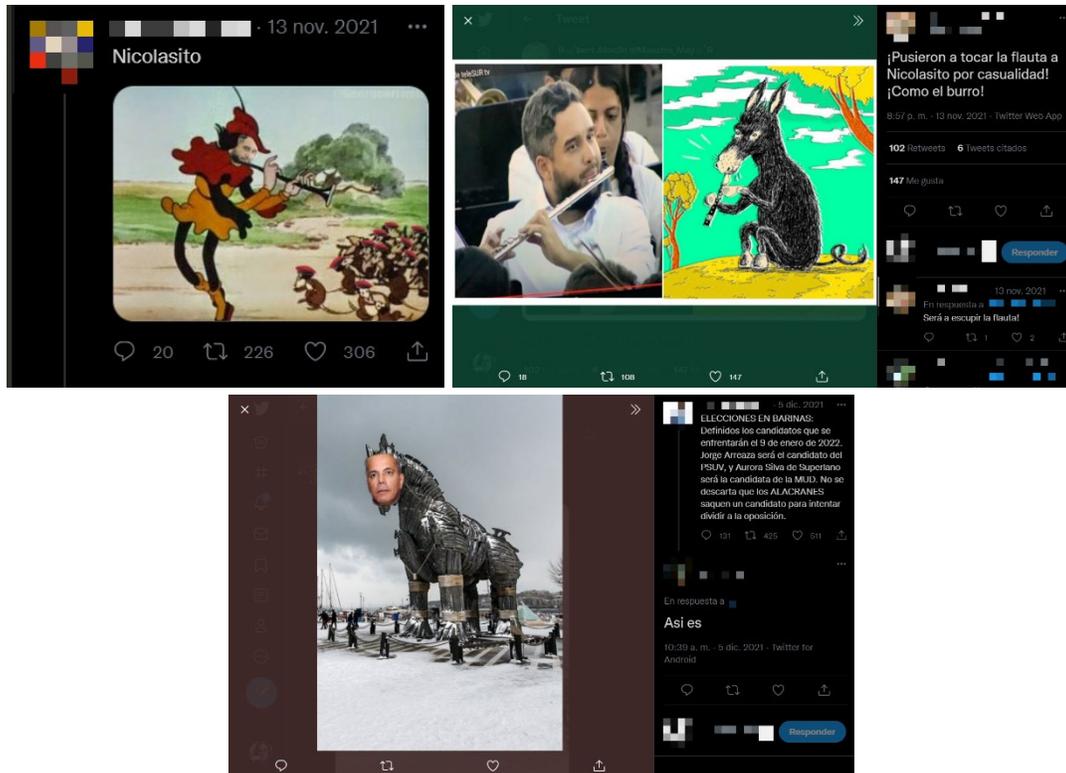


Imagen 5. Uso de figuras retóricas en los memes

Por último, podemos señalar que, en concordancia con lo planteado por Knobel y Lankshear (Gómez y García, 2013), los realizadores de los memes que analizamos le dan más importancia al contenido que se desea transmitir que a la forma de presentar dicho contenido. Así, utilizan imágenes pixeladas que consiguen en internet para la realización de sus artefactos y el aspecto estético queda en segundo plano. Asimismo, siguiendo la tipología realizada por estos autores, pudimos observar que los memes analizados son remezclados, con lo cual, se replican adaptándolos y transformando así al meme original.

8. Discusión y conclusiones

La primera conclusión a la que llegamos después de haber realizado esta investigación es que el estudio de los memes de internet tiene todavía mucho por descubrir, especialmente porque, aunque hace ya una década aproximadamente que se viene investigando, es un fenómeno en constante evolución y transformación, con lo cual, las investigaciones, muy a nuestro pesar, pueden quedar un poco rezagadas, especialmente en lo relativo a sus características, clasificaciones y usos.

En segundo lugar, los creadores de memes que contienen mensajes de odio se valen de los mismos recursos que caracterizan a cualquier otro meme para hacer visibles sus argumentos y para hacerlos llegar a la mayor cantidad de personas posible. Entonces, se valen del humor, de las referencias a contenidos conocidos de los medios masivos y a situaciones de la vida cotidiana que posibilitan que el mensaje sea atractivo y fácil de comprender para quien lo recibe.

Además, utilizan el recurso de la economía del lenguaje para transmitir gran cantidad de información en un formato condensado, que puede compartirse en redes sociales con mucha facilidad y que permite que el usuario se apropie y pueda hacerlo suyo transformándolo y adaptándolo a sus gustos particulares.

Esto evidencia lo poderosos que pueden ser como herramienta comunicativa, sobre todo porque los memes transmiten ideas, creencias y representaciones compartidas por algunos grupos sociales, con las cuales se identifican y que los hacen sentir parte de algo, con lo cual, definen de algún modo su identidad, y al hacerlo, los sitúan en contraposición con otras personas -de grupos que no comparten estas ideas o que las adversan- lo que puede generar división y antagonismo en lugar de unión y conciliación.

Es por esta razón que es tan importante el estudio de los memes con mensajes de odio. Conocer mejor el fenómeno y aprender cómo contrarrestar sus posibles consecuencias puede permitirnos crear una atmósfera de tolerancia y respeto, donde memes y humanos podamos con-vivir.

9. Referencias

Aladro, Eva y Padilla, Graciela, *Aplicaciones actuales de la comunicación e integración digitales*, España, ACCI (Asociación Cultural y Científica Iberoamericana), 2015.

Cabo Isasi, Alex y García Juanatey, Ana, *Contrólate en las Redes. El discurso de odio en las redes sociales: un estado de la cuestión*. Área de Derechos de Ciudadanía, Participación y Transparencia Dirección de Servicios de Derechos de Ciudadanía y Diversidad, España, Ajuntament de Barcelona, 2017. <https://bit.ly/3LAsCLS>

MSC. VERÓNICA FUENMAYOR C.

Cáceres, Pablo, “Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológicamente alcanzable. Psicoperspectivas”.

Revista de la Escuela de Psicología, N° 2, 2003: 53-82. <https://goo.gl/YqXRPx>

Cantillo Valero, Carmen y Gil Quintana, Javier, *Los Memes en la Construcción del Discurso del Odio en la Red. Revista Comunicación y Desarrollo en la Sociedad Digital: Nuevos Discursos y Viejos Valores del Poder Cultural*. España, Ediciones Egregius, Universidad de Zaragoza, 2018. <https://bit.ly/3OFFfqS>

Civila, Sabina; Romero-Rodríguez, Luis y Aguaded, José Ignacio, “Competencia mediática contra el odio, la violencia discursiva y la confrontación: Análisis documental y de teoría fundamentada”, *Temas de comunicación*, N° 41, 2020: 92-109. <https://bit.ly/3s0TWv9>

Cueva Fernández, Ricardo, “El Discurso Del Odio y su Prohibición”, *DOXA, Cuadernos de Filosofía del Derecho*, N° 35, España, Universitat Pompeu Fabra, 2012: 437-455. <https://bit.ly/3Kve12T>

Gómez García, Ignacio, “Del meme al imeme, trascendiendo la dimensión lúdica”, *Entretextos*, N° 15, Vol. 5, Universidad Iberoamericana León, 2013: 1-9. <https://bit.ly/39wflR7>

Memespedia, “Rage Comics”, 2008. <https://bit.ly/3PtmOWP>

Meso-Ayerdi, Koldobika; Mendiguren-Galdospín, Terese y Pérez-Dasilva, Jesús, “Memes políticos difundidos por usuarios de Twitter. Análisis de la jornada electoral del 26J de 2016”. *El Profesional de la Información*, N° 4, Vol. 26, 2017: 672-683. <https://bit.ly/3vQMvHP>

Piñero-Otero, Teresa y Martínez-Rolán, Luis Xavier, “Meme: el “gen” viral de la política digital”, en *Aplicaciones actuales de la comunicación e interacción digitales*, coordinado por Aladro Vico, E. y Padilla Castillo, G, Fórum XXI, 2015: 395-424. <https://bit.ly/3y31m4B>

Rowan, Jaron, *Memes: Inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Madrid: Capitán Swing Libros, S. L, 2015. <https://bit.ly/3y3ZqJp>

MSC. VERÓNICA FUENMAYOR C.

Ruiz, José Manuel, “Una aproximación retórica a los memes de Internet”. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, N° 27, 2018: 995-1021. <https://bit.ly/3MEE2OL>

Sierra González, Ángela, “Los discursos del odio”. *Cuadernos del Ateneo*. N° 24, 2007: 5-17. <https://bit.ly/3vurPXf>

Taylor, S.J. y Bogdan, R. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona, Paidós, 1992