



LOS MEMES COMO SÍMBOLOS DEL DISCURSO DEL ODIO

La influencia del humor gráfico en la libertad de expresión y la política

MEMES AS SYMBOLS OF HATE SPEECH

The Influence of Graphic Humour on Freedom of Expression and Politics

FRANCISCO J. ARANDA SERNA¹

¹ Universidad Católica de Murcia, España

PALABRAS CLAVE

Memes
Redes sociales
Discurso de odio
Internet
Política
Humor
Libertad de expresión

RESUMEN

Los memes de Internet se han convertido en una expresión cultural y artística de las redes sociales más populares. Los memes son expresiones gráficas acompañadas de un pequeño texto que reflejan una idea o noticia de actualidad con cierto tono humorístico que se viralizan con gran facilidad. Este artículo pretende abordar el problema de la difusión del discurso del odio a través de los memes en las redes sociales. Esta difusión del discurso del odio a través de memes es especialmente relevante en política y se analizarán algunos ejemplos significativos de memes políticos para destacar su gran influencia en la celebración de elecciones.

Recibido: 07 / 01 / 2024

Aceptado: 02 / 03 / 2024

1. Introducción

Las primeras redes sociales incorporaban una serie de características que las han convertido hoy en un fenómeno incontrolado de sensación de máxima libertad en el uso de Internet. Estas redes, entre las que se encuentran Facebook, X (antiguo Twitter) o Instagram, han facilitado la difusión de opiniones, ideas y mensajes en formato texto o imagen a gran velocidad, por lo que se puede herir la sensibilidad y la dignidad de determinados colectivos con gran facilidad.

Las relaciones sociales que tienen lugar en Internet son cada vez más interdependientes e interconectadas, sin embargo, al poner en marcha un canal de participación abierto al intercambio de ideas y opiniones, también se establece un espacio proclive al insulto y al discurso del odio. Los comentarios que encajan dentro del denominado "discurso del odio" engloban mensajes violentos, manifestaciones racistas o xenófobas, insultos sobre religión, cuestiones de género o discapacidades que pueden alcanzar cotas insospechadas y con una sensación de impunidad por parte de quienes los cometen (Rodríguez, 2013).

El discurso del odio aprovecha el gran poder de propagación de Internet para llevar a ciertos extremos mensajes insultantes, que contienen amenazas, humillaciones, y que además provocan acoso, intimidación y violencia. Dentro de estos mensajes, destacarán los memes como medio para propagar odio y ofensas de todo tipo, incluyendo memes sexistas, memes racistas, memes homófobos, entre otros (Cantillo y Gil Quintana, 2018).

Llaman especialmente la atención aquellos memes que, además, se han convertido en elementos fundamentales de la cultura política y que, en ocasiones, son también difusores de odio. En los últimos años se han creado grupos y comunidades dedicados específicamente a producir y compartir memes dedicados a personajes políticos. Muchos de ellos están relacionados con grupos de pensamiento afines al movimiento alt-right o de extrema derecha, algunos son meramente satíricos y paródicos, otros llevan un mensaje indirecto más profundo de odio (Collado Campos, 2021).

1.1. Los memes como parte integrante de la cibercultura de Internet

Basándose en la teoría memética de Dawkins, el meme es un elemento que existe independientemente de los avances tecnológicos y que participa en un proceso de interacción comunicativa transmitiendo un mensaje cultural a la sociedad. Originalmente, los memes son unidades que contienen información cultural, ésta puede consistir en fragmentos musicales, ideas sobre política o marketing, humor y costumbres sociales (Dawkins, 2005).

En el contexto de las redes sociales, el "meme", tal y como se concibe en la jerga digital, es una forma de comunicación visual que puede adoptar diferentes formatos. Suelen ser expresiones gráficas en forma de imagen que van acompañadas de un pequeño texto, pero también pueden expresarse en forma de GIF animado o vídeo (Gómez García, 2013).

Así, desde los inicios de la llamada Internet 2.0, se han ido formando comunidades virtuales en las que los usuarios crean o comparten estas formas de comunicación. Dentro de esta "cultura de la participación" o cibercultura, se fomenta la contribución personal de cada internauta, con bajos estándares de expresión artística y con un fuerte apoyo de la comunidad virtual.

Los memes se utilizan como un lenguaje propio de la comunidad, cuyos miembros los difunden a través de las redes sociales con el objetivo de expresar su creatividad y compartirlos, por lo que se han convertido en un gran instrumento de comunicación y una forma adecuada de transferir cualquier tipo de información (Jenkins et al, 2009).

Algunas de las características que aprovechan las redes sociales para utilizar memes son: 1) Repetibilidad. Los memes pueden ser copiados e imitados muy fácilmente, y compartidos a través de cualquier red social. 2) Permanencia en el tiempo. Debido a la propia naturaleza de Internet, los memes tienen la capacidad de perdurar indefinidamente. 3) Recepción y búsqueda. Los memes pueden estar hechos para un público específico, pero también es posible que surja un interés no previsto por parte de algunos usuarios. Además, el hecho de que se encuentren en Internet facilita su búsqueda y acceso (Shifman, 2014).

1.2. Difusión del discurso del odio en las redes sociales a través de memes

Con la aparición y posterior consolidación de las redes sociales, la sociedad digital, aunque heterogénea, se define por las acciones e interacción de los jóvenes que se han visto expuestos a las nuevas

oportunidades que brindan estas nuevas plataformas. Estos espacios ofrecen muchas posibilidades en términos de comunicación y expresión social y cultural, pero también son un canal para expresiones de odio cada vez más frecuentes. Aunque estas expresiones, como las basadas en discursos racistas y xenófobos, no son nuevas, sí es cierto que han adoptado nuevas formas de difusión en las redes sociales (Boyd, 2014).

Aunque la definición de "discurso del odio" se utiliza en distintos ámbitos y doctrinas, existe cierto consenso en describirlo como aquel acto comunicativo que focaliza el odio contra un grupo social minoritario de personas, ya sea por su origen, religión, género, edad, ideología, orientación sexual, discapacidad, enfermedad u otros motivos. Este mensaje busca de alguna manera intimidar o incitar a la violencia basándose, por ejemplo, en causas inspiradas en el racismo o la homofobia. Es necesario señalar que el hecho punible en sí no es la expresión de estas ideas, sino que éstas fomenten o promuevan la violencia, el odio o la discriminación (Julbany y Roiha, 2018).

Las redes sociales también han promovido un aura de anonimato e impunidad que incita a los internautas a expresar estas ideas de odio, cosa que no harían en otras situaciones "offline". Estas virtualidades también provocan un efecto ilusorio ya que los participantes tienen la sensación de que en Internet sus actos no tendrán consecuencias (Aguilar García et al, 2015).

Los memes que incluyen discursos de odio abarcan una amplia variedad de contenidos, en los que suelen predominar los de carácter racista y xenófobo, algunos de ellos influenciados por sitios web con ideologías políticas orientadas a la extrema derecha. Sin embargo, el contexto en el que se producen los memes habrá que interpretarlo analizando su exposición y las reacciones que provocan en otros usuarios, ya que su difusión no sólo podría darse en plataformas dedicadas únicamente a la propagación del racismo, sino que también se enraizaría en un contexto humorístico dentro de las posibilidades que ofrecen las redes sociales (Julbany y Roiha, 2018).

1.3. El uso de memes en política

Los memes políticos se nutren de las posibilidades técnicas que ofrecen las redes sociales, especialmente Twitter/X. En muchas ocasiones, los memes se construyen de forma poco sofisticada; no es un tipo de humor gráfico necesariamente acabado o perfeccionado, de hecho, su apariencia amateur es su principal característica. En ocasiones, se hacen alusiones a series de televisión o películas, en otras, como se verá, las viñetas vinculan la falta de respeto a la comparación con determinados animales.

Las interacciones políticas suelen ser constantes a lo largo de todo el año, sin embargo, se observa un incremento en periodos electorales y determinados eventos como los debates políticos. Muchas veces se aprovecha el grado de polarización presente en las redes para provocar reacciones entre los dos bandos ideológicos, otras, se busca únicamente un fin humorístico (Melendez Malavé y Slimovich, 2023).

Los memes no generan votos directamente, pero sí crean un significado cultural. Proponen nuevos lenguajes y formas de comunicar. En una misma pieza se combinan la ideología, la creatividad, el humor, la inmediatez, la ironía e incluso el absurdo. Ser capaz de transmitir un mensaje que condensa todo lo que le pasa a alguien, por ejemplo, el enfado con la situación económica o el disgusto con un político permite que todas las personas se identifiquen con un meme (Aytac, 2022).

Muchos internautas son también votantes, pero cuando se habla de comunicación política digital, lo primero que hay que entender es que ni seguidores ni likes equivalen exactamente a votos; aunque el volumen y grado de compromiso de la comunidad digital puede dar indicios sobre los niveles de reconocimiento, popularidad y aceptación (Masullo, 2023).

Los memes tienen un papel importante dentro de los contenidos planificados y de una posible estrategia política. Conectan con la comunidad y provocan empatía, crean reconocimiento y también generan impacto y viralización. Lo curioso es que no sólo se hace política con memes, sino que los políticos también hacen uso de ellos. No cabe duda de que los memes son diversos, pero los que se utilizan en el mundo de la comunicación política tienen un impacto viral y pueden contener mensajes de odio (Volpe y Menichelli, 2023).

2. Metodología y objetivos

El objetivo de este artículo es abordar una revisión del fenómeno de la propagación del discurso del odio a través del análisis de los memes que tienen lugar en las redes sociales, que suponen un perjuicio no

sólo para los colectivos que están presentes en dichas redes sociales, sino también para los colectivos sociales que están offline.

Se analizará cómo esta manifestación cultural propia del contexto digital se desarrolla a través de un tono humorístico y cómo maniobra para generar discursos de odio y estereotipos negativos que contribuyen a reforzar ciertos prejuicios contra determinadas personas y grupos sociales.

A través del análisis documental de artículos y libros de investigación, se pondrá de manifiesto un examen crítico que señale algunos aspectos mejorables tanto social como jurídicamente. Para ello, se considerarán los memes desde una perspectiva cultural y social, señalando su origen, ilustrando algunos de los ejemplos más utilizados de discurso del odio y destacando su colisión con los derechos fundamentales.

También se señalarán qué elementos deben concurrir para que un meme pueda ser reconocido como un elemento de difusión del odio, así como qué grupos sociales son los más vulnerables e identificables en las redes sociales. Se expondrán las principales dificultades que existen para combatir el discurso del odio en Internet, se propondrán algunas herramientas para detectar estos memes dañinos y se establecerán las estrategias actuales más eficaces para hacerles frente.

Por último, se examinará la relación entre los memes y la política y cómo esta última utiliza esta nueva herramienta para influir en las campañas electorales. Se tomarán como ejemplo dos casos paradigmáticos, el primero de ellos considera la transformación de una caricatura en símbolo de odio y el segundo está relacionado con las estrategias aplicadas para aprovechar los símbolos de odio e insultos y obtener réditos políticos.

3. El meme original de Dawkins se ha convertido en un meme digital

Intentar definir el "meme digital" es una tarea compleja, ya que no deja de ser una nueva forma de comunicación que ha aparecido con el uso de las nuevas tecnologías. El meme abre nuevas posibilidades para la ironía y el sarcasmo, en cierto modo constituye una fórmula humorística completamente autorreferencial. También es difícil clasificar el meme como una manifestación política o artística, y como tal, a veces se enfrenta a la Ley debido a los conflictos que genera a la hora de transmitir y compartir información (Barnes, 2016).

Una de las claves del éxito en la difusión de memes son precisamente los grupos que se forman en torno a una idea, una posición política u otras creencias. Por ejemplo: la negación de los efectos del cambio climático y, en consecuencia, la creación de un meme que haga referencia y apoye esta idea (Aladro Vico y Jardón Clemente, 2022).

En el entorno de las redes sociales, el uso del lenguaje digital es esencial, así como la creatividad con la que se crea el mensaje. Al final, los memes también están sujetos a condiciones de variabilidad, fragmentación, transformación y viralidad (Aladro Vico, 2017).

Los memes permiten a los grupos sociales hacer llegar su mensaje, reforzándolo con un estilo propio que les caracteriza (por ejemplo, una imagen o un eslogan). Los memes tienen además un papel simbólico muy importante ya que tienden a perdurar en la memoria de quienes los ven, difundiendo más ampliamente el eco del mensaje (Ruiz Martínez, 2018).

La variada utilización de técnicas o recursos en la composición del meme lo convierten en un fenómeno muy interesante, ya que en determinados ámbitos puede comportarse como signo distintivo de un grupo social. Así, si el meme representa a un grupo social o simplemente se asocia a actitudes xenófobas, puede ser valorado como símbolo de odio (Aladro Vico y Requeijo Rey, 2022).

3.1. El poder de expansión del meme digital en Internet

Una de las características fundamentales de la naturaleza del meme es que se trata de un objeto de comunicación y, como tal, tiene un carácter transformador y pragmático. En otras palabras, el meme existirá mientras se difunda a través de las redes sociales y, además, será transformado e imitado por otros usuarios que deseen compartir ideas o mensajes similares (Shifman, 2014).

Algunos autores señalan que entre las funciones del meme se encuentra también la de institucionalizar y normalizar determinados discursos o interpretaciones a partir de su propia acción innovadora. Por tanto, el meme es en sí mismo un lenguaje propio basado en símbolos y analogías, capaz de fusionar y generar elementos gramaticales gracias a las nuevas tecnologías (Aladro Vico, 2017).

Una de las capacidades del meme es que es capaz de integrar en sí mismo los cambios culturales que se han producido, generando además un sentido de pertenencia. Así, esta capacidad de relacionar la realidad se comporta como un lenguaje con extensión funcional (Aladro Vico y Jardón Clemente, 2022).

Otro elemento característico de la creación de lenguajes es que la gran mayoría de los memes son anónimos, en este sentido se asemejan a las formas de la cultura popular y el arte. Por lo tanto, se trata de un lenguaje colaborativo que no se atribuye a creadores individuales, sino que actúa como una especie de traductor de la cultura digital (Aladro Vico, 2020).

En este contexto digital, Internet y especialmente las redes sociales se han convertido en los grandes potenciadores de los memes, siendo el caldo de cultivo ideal para su difusión, ya que se mantienen en el tiempo y en el espacio. Las redes sociales son las plataformas ideales para que esta "cibercultura" se propague, ya que los memes contienen textos, vídeos y gifs que muestran la situación social. A ciertos niveles compiten incluso con otros medios como la radio y la televisión, ya que no sólo se difunden en páginas especializadas, sino que se comparten en páginas de todo tipo (Gómez García, 2013).

Estos memes no dejan de ser una interpretación de la realidad que vive la sociedad en un momento determinado. Así, los memes son los encargados de difundir toda la información sobre un tema relevante y provocar diversas reacciones entre los internautas (González, 2019).

Como se verá a continuación, existen diferentes tipos de memes, sin embargo, el humor es la nota común de todos ellos, a veces es un tono humorístico sutil y otras no lo es en absoluto. Las fuentes de las que beben para su creación son prácticamente ilimitadas, ya que proceden de elementos comunicativos pertenecientes, entre otros, al cine, los videojuegos, la política o las noticias.

3.2. El humor como clave para entender los memes

Se ha hecho hincapié en cómo el meme se comporta como símbolo y como una especie de lenguaje digital en las redes sociales y otras plataformas digitales. Normalmente, la creación de estos memes es muy sencilla, simplemente se elige una imagen a la que se asocian unas líneas de texto. Sin embargo, lo más complejo es el mensaje intencionado del autor, que se lleva a cabo en un tono humorístico, a veces ingenioso, irónico y autorreferencial, pero esta sutileza del mensaje no siempre es fácil de entender.

Entre los tipos de memes más controvertidos que pueden afectar a los derechos fundamentales, concretamente a la libertad de expresión, el derecho al honor y el derecho a la propia imagen, destacan los siguientes:

- 1) El meme de contenido "cultural". Se trata de un meme que actúa como transmisor de la cibercultura en Internet y de determinadas corrientes artísticas y postmodernistas. En ocasiones, se vincula a la cultura de "resistencia" propia del entorno digital y los memes pueden surgir como símbolos de protesta, en otros casos serán solo una creación imaginativa o artística (Bucknell, 2017).
- 2) El meme de contenido "hostil". Es un meme que se utiliza para ofender, acosar o incitar al odio, ya sea a personas individuales o a grupos. También está presente en entornos escolares como una forma de ciberacoso; en estos casos, el meme tiene una clara intención de causar daño psicológico (Miño, 2018).
- 3) El meme de contenido "político". Es un meme que se erige como vehículo de expresión política en Internet; normalmente surge y se comparte cuando sucede algún acontecimiento relevante, ya sea a escala nacional o internacional, o también cuando un político es protagonista de una noticia de actualidad (Shifman, 2014).

En cuanto a las controversias sociales y jurídicas en las redes sociales, el meme con contenido "cultural" puede generar conflictos con los derechos de autor y de propiedad intelectual. También puede generar problemas por cuestiones de responsabilidad de intermediarios o gestores de la web respecto a contenidos subidos sin permiso del autor. En cuanto a la cuestión analizada, su relación con la incitación al odio es un tanto tímida, ya que el límite sería burlarse o difamar a un colectivo (Goklani y Ashleigh, 2017).

En cuanto al meme de contenido "hostil", genera muchas controversias con el derecho a la libertad de expresión y desgraciadamente tiene mucha presencia en las redes sociales. Obviamente, es uno de

los principales focos junto con el meme "político" en cuanto a la difusión de discursos de odio (Aladro Vico y Requeijo Rey, 2022).

El meme de contenido "político" es más complejo, ya que puede manifestarse de diferentes maneras. Por ejemplo, puede actuar como herramienta de campaña política para persuadir a posibles votantes y al revés, puede generarse como forma de protesta y resistencia "cultural o política" (los llamados "contramemes" políticos) (Bennet y Segerberg, 2012).

Dentro de esta modalidad, también existen memes conectivos que simplemente expresan una opinión, pero en el contexto político. Por supuesto, el meme "político" genera muchos conflictos con el derecho al honor y el derecho a la propia imagen, por lo que también genera controversias en el sentido de que puede utilizarse también como catalizador del discurso del odio (Shifman, 2014).

El humor es el medio en el que se constituye el meme, independientemente de su forma de adopción, y en todos ellos se introduce con mayor o menor creatividad. El humor en sí mismo y por su propia naturaleza puede llegar a ser transgresor, especialmente con los sentimientos y emociones de cualquier internauta, y en un plano más legal con las normas y leyes (Cabedo Nebot, 2009).

El meme, por su naturaleza simbólica, tendrá un humor sarcástico o irónico; en algunos aspectos canalizará discursos emocionales, y también políticos en algunos casos, que provocarán el ridículo, y en los casos más extremos incitarán al odio y a la violencia (Aladro Vico y Jardón Clemente, 2022).

La función del humor en los memes digitales explicará cómo se forman algunas comunidades digitales en torno a un sentimiento de pertenencia e identidad. Para ello, el humor juega con dos factores, el primero es la búsqueda de originalidad, y el segundo es la comprensión de la propia subcultura y lenguaje digital del meme (Glitsos y Hall, 2020).

El humor permite, desde un punto de vista cognitivo, contemplar e interpretar la realidad de forma diferente a la prescripción normativa y social, sin embargo, también puede ser un reducto para ideologías extremas y comportamientos subversivos. De hecho, la función cohesiva del humor inscrito en los memes cohesiona y estrecha progresivamente comunidades digitales ya establecidas (Aladro Vico y Jardón Clemente, 2022).

4. El problema actual del tratamiento de la incitación al odio en las redes sociales

La propagación del odio está muy arraigada en el ciberespacio ya que Internet y las redes sociales se han convertido en instrumentos de incitación al odio, esto lleva a comportamientos que incluyen amenazas, insultos e incitación a la violencia, entre otros. Uno de los insultos más comunes que se pueden encontrar en las redes sociales es el que se produce a través de los memes, el *modus operandi* es realizar comentarios irreflexivos y que apelan a las emociones. Lamentablemente, la proliferación de estos mensajes de odio se ha banalizado y, en general, se les resta importancia cuando aparecen (Cantillo y Gil Quintana, 2018).

Los memes son poderosos porque se basan en el elemento visual, muchas de estas imágenes se centran en promover estereotipos y prejuicios negativos, por ejemplo, en casos de xenofobia o racismo. Si se trata de una burla a un personaje público, el meme acompañará de un texto su imagen personal.

En ocasiones, el detonante en la creación de un meme de odio es un acontecimiento concreto, por ejemplo, cuando se produce un atentado terrorista, suele aparecer después una oleada de expresiones de odio en Internet. Esto se debe a que la reacción digital es inmediata, y la circulación de estos memes se produce en diferentes medios, no solo en las redes sociales, sino también en aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp (Jubany y Roiha, 2018).

Otro objetivo que ha ganado peso en los últimos tiempos ha sido la mujer. En redes sociales como Instagram se han detectado multitud de imágenes y memes basados en la supuesta superioridad del hombre sobre la mujer, algunos de ellos promoviendo además la discriminación y la violencia de género (Miranda et al, 2022).

4.1. Principales dificultades para perseguir y detectar el discurso del odio a través de memes

Además del evidente problema de la "internacionalidad" de Internet, que plantea discusiones sobre la jurisdicción de los hechos que dificultan la identificación de los delincuentes (no necesariamente los creadores originales del meme), los principales obstáculos son: en primer lugar, la escasa predisposición

de los internautas a denunciar y, en segundo lugar, la infravaloración de los hechos que se producen (Aguilar García et al 2015).

No suele haber muchas investigaciones policiales o judiciales sobre memes, e incluso cuando se dedica esfuerzo y empeño a investigar posibles casos, hay que demostrar que contiene un mensaje suficientemente claro como para ser calificado como incitación al odio. Todavía existe mucho desconocimiento en algunos sectores no solo respecto a las figuras delictivas que tienen lugar en las redes sociales, sino también respecto a estos nuevos elementos ciberculturales como son los memes, muy infravalorados como elemento delictivo (Cabo Isasi y García Juanatey, 2016).

Una estrategia eficaz para detectar el discurso del odio en un meme es, en una primera fase, analizar el fenómeno en su totalidad, es decir, detectar quiénes son sus autores y en qué redes sociales actúan con más frecuencia. En una segunda fase, comprobar si existen escalas dentro de los tipos de odio que manifiestan (el primer sesgo debe ser si el meme se centra en un individuo o en un grupo), y cuáles son los efectos que produce en sus víctimas o incluso en otros usuarios que no son el objetivo principal del meme (Das et al, 2020).

Aunque las nuevas tecnologías siguen avanzando y desarrollándose, actualmente sigue siendo técnicamente imposible que un programa informático detecte el discurso del odio. Hay tres grandes obstáculos: el primero es conceptual, ya que sería necesario definir claramente qué es y qué no es discurso del odio; el segundo es la dificultad de vigilar el vasto ciberespacio; y el tercero por el tipo de meme (como se ha señalado, los hay desde los más sencillos hasta los más complejos que pueden incorporar vídeo y sonido).

Las principales redes sociales como X (Twitter) o Facebook ya han configurado algunos algoritmos al disponer de muchos más recursos, pero, sin embargo, se siguen cometiendo muchos errores en esta detección. En ocasiones, el posible éxito en la detención de esta propagación se producirá cuando el meme ya se ha creado, pero se ha frenado su viralización y se ha evitado que su mensaje cuaje (Cabo Isasi y García Juanatey, 2016).

4.2. Estrategias para luchar contra la incitación al odio

Siendo consecuentes con la importancia de la presencia del discurso del odio en estas expresiones gráficas, la lucha contra la violencia digital y el odio por parte de la sociedad se desarrolla desde dos perspectivas diferentes:

La primera, por parte de ciudadanos y organizaciones que presionan cada vez más eficazmente a las empresas digitales para que combatan más activamente el discurso del odio y sean más claras en las herramientas que utilizan para atajar estos conflictos (Gagliardone et al, 2015).

La segunda, por parte de las administraciones públicas, que tendrán que estar a la altura y adaptar la legislación tanto nacional como internacional a medida que se desarrollen nuevas complejidades, a la vez que obligar a estas plataformas web y redes sociales a cumplir con la legislación (Cabo Isasi y García Juanatey, 2016).

Además, es necesario que existan campañas de sensibilización que ayuden y enseñen a los ciudadanos a ser conscientes de estos conflictos y a saber cómo actuar si se encuentran en el papel de víctimas. En el caso del discurso de odio, son muy efectivas aquellas campañas que informan también sobre conductas discriminatorias y se centran en los grupos sociales más sensibles (inmigración, comunidad LGTB, etc.) (Lee et al, 2021).

Los jóvenes son los principales usuarios de las redes sociales y, por tanto, son también los principales creadores de multitud de memes y, por todo ello, es necesaria una educación en el respeto a los derechos humanos y la formación de una conciencia crítica y reflexiva desde la infancia. Una de las estrategias más eficaces para acabar con el discurso del odio es la prevención. Por ello, se considera un éxito si el creador de un meme que contiene elementos racistas hace una reflexión autocrítica antes de difundirlo en las redes y luego se abstiene de hacerlo (Benet Oriol et al, 2019).

5. Los memes y su relación con la política

La propaganda no es una herramienta nueva; históricamente, esta forma de comunicación se ha utilizado para manipular creencias e influir en las acciones de otras personas mediante el uso de símbolos. El lenguaje también desempeña un papel muy importante, junto con el uso de eufemismos y

la creación de una necesidad de urgencia. Hay varios ejemplos del mismo estilo en la historia reciente como, por ejemplo, los eslóganes y símbolos usados durante el periodo de los años 40 en la Alemania nazi o durante la Guerra Fría (Blackmore, 1999).

Es cierto que, en cuanto al uso de memes en la realidad digital, las corrientes de movimientos ideológicos de extrema derecha tienen estrategias mucho más eficientes para controlar comunidades específicas de Internet y difundir mensajes de odio o desinformación. Estas tendencias se agudizaron a partir de 2016 con el inicio de la campaña política de Donald Trump, como se analizará más adelante.

Existe una interesante conexión de los memes políticos con los antiguos emblemas políticos que se utilizaban en tiempos pretéritos, ya que el mensaje que contenían era enigmático y sólo podía identificarse si el receptor era lo suficientemente competente como para entender la alegoría. Los emblemas tenían distintos niveles de comprensión en función del receptor. Muchas veces, dependía de si éste era lo suficientemente culto o de si se trataba de su campo de estudio. Algo similar ocurre con los memes, a veces se mezclan referencias antiguas con modernas, pero no todo el público objetivo puede entenderlas (Luna Quintana, 2023).

En este sentido, hay que tener en cuenta que el clima de opinión es sólo una parte del gran proceso de formación de la opinión pública. Al permitir que se desarrollen las diversas valoraciones en el seno de la opinión pública, se favorece la estabilización social y la legitimación de un discurso. Por ello, este proceso tiende, desgraciadamente, a que las opiniones duras correspondan a los grupos de poder tradicionales, por lo que el clima de opinión general se convierte también en un reflejo de esa integración social en la que hay tendencias predominantes y otras más ocultas. Es en este caldo de cultivo donde cristalizan los memes de sectores extremos (Céspedes, 2020).

5.1. *Cómo una caricatura se convirtió en un símbolo de odio. "La rana Pepe" en la campaña electoral de Donald Trump.*

Paradigmático es el meme llamado "La Rana Pepe", una caricatura creada por el cómico Matt Furie, que nunca imaginó que se convertiría en un símbolo de odio. La caricatura se originó en 2005 en algunos cómics, pero cobró gran importancia en 2016.

Figura 1. Matt Furie, creador de "La Rana Pepe".



Fuente(s): CBC RADIO, 2016.

Siendo uno de los memes más estudiados en los últimos años, esta viñeta tenía originalmente connotaciones puramente humorísticas, pero con el tiempo se ha convertido (especialmente en Estados Unidos) en un símbolo de grupos políticos vinculados a la derecha radical y al supremacismo. La identificación de este meme con estos grupos fue su uso directo en la campaña presidencial de Donald Trump (Glitsos y Hall, 2020).

En los meses previos a las elecciones estadounidenses de 2016 tuvo lugar la "Gran Guerra de los memes", uno de los objetivos de estos movimientos era recuperar al personaje de dibujos animados, la Rana Pepe y adoptarlo como símbolo de su movimiento difundiendo contenidos racistas, antisemitas o intolerantes.

Con el tiempo, Pepe se asoció con opiniones de extrema derecha y su uso en la cultura general se convirtió en un tabú cada vez mayor. Finalmente, en 2016, la Liga Antidifamación designó a Pepe como símbolo de odio, lo que fue celebrado por la extrema derecha. No solo consiguieron una nueva mascota inservible para el resto, sino que también les demostraron lo arbitrarias y exageradas que eran las acusaciones de racismo (Berger, 2018).

Figura 2. Meme de "La rana Pepe" utilizado por Donald Trump en Twitter/X



Fuente(s): BBC, 2016.

Desde la fallida elección de Donald Trump, este meme ha vuelto a ser recurrente; en el asalto al Capitolio de los Estados Unidos en enero de 2021, la Rana Pepe volvió a difundirse como símbolo en Twitter para agitar dicho evento. Fue a partir de ese momento cuando empresas como Facebook y Twitter comenzaron a regular los contenidos generados por los usuarios, el propio Donald Trump fue expulsado de Twitter. Sin embargo, los contenidos de extrema derecha han superado los cambios adaptándose con nuevas estrategias y utilizando memes aparentemente inofensivos para comunicar mensajes de odio, evitando los algoritmos de seguridad (Kasimov et al, 2023).

Otro punto a destacar es la sinergia que se produce entre las redes sociales, algunas menos conocidas (que no por ello menos pobladas) como 4chan, sirven para crear vínculos y estrategias, y otras mucho más conocidas como X (Twitter) están formadas por un campo de batalla en el que se difunden estos mensajes de odio (Knapp, 2023).

El meme de la Rana Pepe y su relación con Trump, teniendo en cuenta las inminentes elecciones estadounidenses, sirve como un muy buen ejemplo para analizar la dinámica de la transformación y ocultación del odio en un dibujo animado. Además, se pueden analizar una serie de características comunes que son similares en otros países, la figura del héroe, el villano y las víctimas, cómo se les critica utilizando las redes sociales y los contextos. Todo bajo un parámetro de humor y sátira, en el que unos personajes son glorificados y otros vilipendiados (Sharma et al, 2022).

5.2. La estrategia de utilizar memes de odio en beneficio propio. El caso de los insultos a Pedro Sánchez

Desde que el presidente español Pedro Sánchez asumió la presidencia del Gobierno, han sido muchos los apodos que sus detractores han utilizado para intentar ridiculizarle. Uno de los que más impacto ha tenido ha sido el de "Perro Sánchez", o su variante "Perro Sanxe". En el caso de este apodo, y aunque su origen exacto es algo incierto, se ha utilizado en páginas web como X (Twitter) y otros foros incluso antes de que Sánchez fuera elegido, aunque con el paso de los años se ha ido popularizando¹.

De hecho, lo curioso es que hoy se ha convertido en un apodo transversal, incluso algunos partidarios del presidente lo utilizan de forma amistosa. Resignificando un alias que originalmente tenía connotaciones más bien negativas, el meme, lejos de usarse para criticar al presidente, se utiliza ahora a veces para hablar bien de él.

En X (Twitter) también hay vestigios de los primeros usos del apodo, como una cuenta parodia de 2016. En realidad, se trata de un juego de palabras muy sencillo, en el que solo hay que cambiar una letra, por lo que sería lógico que se le hubiera ocurrido a distintas personas a lo largo del tiempo. Sin embargo, el uso del apodo se disparó tras la llegada de Sánchez a la presidencia. Comenzaron a surgir cada vez más memes con este nombre y se utilizó en vídeos que se hicieron virales. Incluso se hizo un videojuego creado por las Juventudes Socialistas utilizando el meme del ejemplo (Ruiz Anderson, 2023).

¹ La estructura del meme consiste en un juego de palabras entre el nombre del presidente (Pedro) y la palabra "perro".

Figura 3. Videojuego en línea de Perro Sánchez



Fuente(s): López, A. <https://view.genial.ly>. 2023.

Los memes de este estilo que perduran en el tiempo también pasan por varias fases de desarrollo, en primer lugar, el "debut" del meme está influido por aspectos culturales y situacionales (como una campaña electoral o un personaje mediático). A esta fase le sigue un periodo de captura en el que el meme puede seguir dos caminos, desaparecer o asentarse. En este caso, al tomar el segundo camino, adquiere un nivel de trascendencia que prevalece no sólo en Internet, sino también en la televisión y otros medios de comunicación (Mitman y Denham, 2024).

La política de izquierdas, y más concretamente el propio PSOE, ha acabado recogiendo el guante y resignificando el apodo con una interpretación positiva o incluso heroica del propio mote. Tras años en los que los detractores del presidente han utilizado "Perro Sánchez" para dar forma a sus ataques contra él, ahora los aliados del líder socialista intentan darle la vuelta al apodo.

El propio Sánchez, aunque no hace mucho dijo en entrevistas que "no es agradable" que se refieran a él con nombres como "Perro Sánchez", destacó que "es una experiencia a la que se le ha dado la vuelta", y que incluso le encanta el meme que dice aquello de "el perro sanxe sabe más por ser perro que por ser sanxe".

En la última campaña electoral del verano de 2023, quienes más memes y chistes crean sobre Perro Sánchez son los propios socialistas y sus aliados, y el hashtag #PerroSanxe fue trending en Twitter esos días. En definitiva, una curiosa historia de cómo un insulto ha acabado convirtiéndose en un apodo simpático y transversal, algo digno de mérito (Viejo, 2023).

Figura 4. Meme de Pedro Sánchez utilizado por la cuenta de su propio partido político en Twitter/X



Fuente(s): Pérez, J. en Antena 3, 2023.

Este caso concreto muestra cómo el éxito de la difusión de los memes depende de distintos factores, como la creatividad de la ironía o la parodia, y también de quién sea el protagonista del meme. En estos

casos, los memes tienen incluso la capacidad de adaptarse y dar paso a la imitación o reedición en diferentes formatos. Además, este es el ejemplo ideal sobre cómo combatir un meme que colisiona entre el humor y el odio, utilizándolo en su beneficio en lugar de intentar prohibirlo (González Hernández et al, 2019).

6. Conclusiones

Se ha realizado un análisis señalando las principales características de los memes, esos elementos de comunicación digital que destacan por su simbología, su originalidad y su creatividad, e indicando también su función como nuevo lenguaje dentro de Internet que transmite nuevas corrientes culturales.

El meme es utilizado por los internautas para participar e interactuar con otros, éstos se transforman y difunden en función de las pequeñas y grandes comunidades que crecen y se expanden cada vez más en esta nueva cibercultura. Son característicos de las redes sociales y las inundan de imágenes y otros símbolos identitarios, sin embargo, éstos requieren un cierto esfuerzo para ser comprendidos, ya que, en ocasiones, su significado va mucho más allá de lo que dejan entrever.

Con la excusa del humor pueden circular mensajes de odio destructivos muy potentes; bajo la apariencia de la ironía o el sarcasmo se camuflan y refuerzan las transgresiones. Estos ataques en forma de humor también pertenecen a los memes y constituyen un caldo de cultivo ideal para difundir estos mensajes.

El meme es en realidad un fenómeno de las nuevas tecnologías, y como tal es relevante y difícil de tratar, sobre todo cuando genera conflictos y necesita ser regulado. Es característico del meme que cada individuo que lo recibe puede modificarlo a su antojo y difundirlo con nuevas características.

Por lo tanto, hay dos problemas: el primero es identificar el meme como un elemento que viola las leyes; y el segundo es definir la responsabilidad de la persona que lo difunde. El mensaje visceral de los memes mantiene su vigencia con el paso del tiempo y el alcance de las redes sociales.

Preocupa lo extendido que está el discurso del odio, sin embargo, el propio concepto de odio es discutido por la doctrina, lo que dificulta establecer bases jurídicas, especialmente a nivel internacional. Existe consenso respecto a los mensajes que incitan a la discriminación y al racismo, también los referidos a la orientación sexual que generan prejuicios. Por otro lado, hay mensajes que se centran en individuos como figuras públicas, que se revelan en forma de amenaza o ciberacoso.

Entre todos los ámbitos que utilizan los memes como herramientas, ha destacado su uso en política; existe una tendencia de consolidación por ideología en la extrema derecha para difundir este tipo de memes y propagar el mensaje de odio.

Además, hay picos de intensidad en la creación de estos memes en periodos electorales. A nivel internacional se ha visto en las elecciones presidenciales de 2020 con Donald Trump y en las próximas de 2024. A nivel nacional, cada país tiene su propia idiosincrasia. En el caso español destaca el uso de memes en torno a la figura del presidente del Gobierno español Pedro Sánchez.

Abordar el problema es complicado por el conflicto que puede suponer con otros derechos como la libertad de expresión, y la jurisprudencia desarrollada específicamente sobre memes es bastante escasa, al menos en lo que a España se refiere.

Es necesario seguir creando estrategias y campañas educativas basadas en la sensibilización y la prevención, y también es imprescindible una inversión de recursos para seguir desarrollando tecnologías y medios técnicos capaces de ayudar en la detección del discurso del odio. Todo siempre en armonía y con absoluto respeto al derecho a la libertad de expresión y demás derechos fundamentales.

Referencias

- Aguilar García, M.A., Gómez Martín, V., Marquina Bertrán, M., Rosa Palacio, M. y Tamarit, J.P. (2015). *Manual práctico para la investigación y enjuiciamiento de delitos de odio y discriminación*. Barcelona: Centro de Estudios Jurídicos y Formación Especializada.
- Aladro Vico, E. y Jardón Clemente, M. (2022). Los memes como jerga del lenguaje digital. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 27, 143-157.
- Aladro Vico, E. y Requeijo Rey, P. (2022). Memes, humor y odio. Derivación simbólica y pensamiento grupal en las bisociaciones del humor de los memes en cámaras de eco. *Periodismo en red: acción y reflexión*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 57-86.
- Aladro Vico, E. (2017). El lenguaje digital, una gramática generativa. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 22, 79-9.
- Aladro Vico, E. (2020). Palabras que crean a sus hombres. Sentido, narración y cognición en la construcción de lo real. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 25, 95-108.
- Aytac U (2022) Dominación digital: medios sociales y democracia contestataria. *Estudios políticos*, 21, 1-20.
- Barnes, A. (2016). Millennials, memes y la mentalidad post-irónica. *Odyssey*. Disponible en: <https://cutt.ly/fwloY8m2>
- BBC NEWS (2016). El meme de la Rana Pepe tachado de "símbolo de odio". *BBC NEWS*. Disponible en: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-37493165>.
- Benet Oriol, S., Cantón Ferrer, C. y Giro i Nieto, X. (2019). Discurso de odio en píxeles: detección de memes ofensivos hacia la moderación automática. *ArXiv*. Disponible en: <https://cutt.ly/HwloJ8oD>.
- Bennett, W.L. y Segerberg, A. (2012). La lógica de la acción conectiva. *Information. Communication & Society*, 15(5), 739-68.
- Berger, J.M. (2018). Trump es el pegamento que une a la extrema derecha. *The Atlantic*. Disponible en: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2018/10/trump-alt-right-twitter/574219/>
- Blackmore, S. (1999). *The Meme Machine*. New York: Oxford University Press.
- Boyd, D. (2014). *La vida social de los adolescentes en red*. New Haven: Yale University Press.
- Bucknell, A. (2017). Lo que los memes deben a la historia del arte. *Artsy*. Disponible en: <https://cutt.ly/IwloOzD8>.
- Cabedo Nebot, A. (2009). Análisis y revisión del sarcasmo y la lítote: propuesta desde la Teoría de la Relevancia. *Boletín de Filología*, 44(2), 11-38.
- Cabo Isasi, A. y García Juanatey, A. (2016). *El discurso del odio en las redes sociales: un estado de la cuestión*. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona. Disponible en: <https://cutt.ly/dwloFW02>.
- Cantillo Valero, C. y Gil Quintana, J. (2018). Los memes en la construcción del discurso del odio en la red. *Comunicación y desarrollo en la Sociedad Digital: nuevos discursos y viejos valores del poder cultural*. Madrid: Egregius, 11-30.
- CBC RADIO (2016). La Rana Pepe no es un símbolo de odio, dice su creador Matt Furie. Disponible en: <https://www.cbc.ca/radio/asithappens/as-it-happens-thursday-edition-1.3784062/pepe-the-frog-is-not-a-hate-symbol-says-creator-matt-furie-1.3784068>.
- Céspedes, M.E. (2020). Los memes del humor político en campaña electoral y su relación con el clima de opinión en Facebook. *GIGAPP*, 7, 586-605.
- Collado Campos, A.N. (2021). Participación política de usuarios de Internet a través de memes. Anotaciones sobre el caso de Enrique Peña Nieto. *Argumentos. Estudios críticos De la Sociedad*, 3(94), 267-290.
- Das, A., Wahi, J.S. y Li, S. (2020). Detección del discurso del odio en memes multimodales. *ArXiv*. Disponible en: <https://cutt.ly/CwloHtEu>.
- Dawkins, R. (2005). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona: Salvat Editores
- Gagliardone, I., Gal, D., Alves, T. y Martinez, G. (2015). *Countering online hate speech programme in comparative media law and policy*. París: Ediciones UNESCO.
- Glitsos, L. y Hall, J. (2020) The Pepe the Frog meme: an examination of social, political, and cultural implications through the tradition of the Darwinian Absurd. *Revista de Investigación Cultural*, 23(4), 1-15

- Goklani, T. y Ashleigh, K. (2017). Es 2017 el año en que los memes son reconocidos como arte?. *Dazed*. Disponible en: <https://cutt.ly/9wloAvp8>.
- Gómez García, I. (2013). Del meme al imeme. Trascendiendo la dimensión lúdica. *Entretextos*, 5(15), 1-9.
- González, C. (2019). Memes y lenguaje inclusivo: transformaciones y resistencias. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 16(30), 61-73.
- González Hernández, E.M., Figueroa Daza, J.E. y Meyer, J-H. (2019). Los memes y la política. Por qué algunos memes se vuelven virales y otros no? *IC Revista Científica De Información y Comunicación*, 16.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K. y Robison, A.J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture (Afrontar los retos de la cultura participativa)*. Cambridge: The MIT PRESS.
- Julbany, O. y Roiha, M. (2018). *Las palabras son armas: Discurso de odio en la red*. Barcelona: Ediciones de la Universidad de Barcelona
- Kasimov, A., Johnston, R. y Heer, T. (2023). "La rana Pepe, el mercader codicioso y #stopthesteal". A comparative study of discursive and memetic communication on Twitter and 4chan/pol during the insurrection on the US Capitol. *New Media & Society*, 1-24.
- Knapp, I. (2023). On Meme Work. *MIT Press Direct*, 183, 3-16.
- Lee, R.K.W., Cao, R., Fan, Z., Jiang, J. y Chong, W.H. (2021). Disentangling hate in online memes. Actas de la 29ª conferencia internacional ACM sobre multimedia, 5138-5147.
- López, A. (2023). El imbatible juego de Perro Sánchez. Disponible en: <https://view.genial.ly/64b00f91fd7e25001b71a0b7/interactive-content-el-imbatible-juego-de-perro-sanchez>.
- Luna Quintana, C. (2023). *Memes áureos: la emblemática del siglo XXI*. Crisol, 23.
- Masullo G (2023) A new solution to political divisiveness: priming a sense of common humanity through Facebook meme-like posts. *Nuevos medios y sociedad* 3: 1-20.
- Meléndez Malavé, N. y Slimovich, A. (2023). Política y humor en Twitter/X: comparativa de los memes sobre los debates electorales en Argentina y España (2019). *Kamchatka. Revista de análisis cultural*, 22, 647-648.
- Miño, C. (2018). Aumentan las Denuncias por Cyberbullying en Colegios: Mujeres son las Más Afectadas. *Bío Bío Chile*. Disponible en: <https://cutt.ly/NwloPitz>.
- Miranda, S., David, A. y Tutui, A.P. (2022). ¡Me encanta odiar! Discursos de odio contra las mujeres en los media sociales. *Sociedad digital, comunicación y conocimiento: retos para la ciudadanía en un mundo global*. Madrid: Dykinson, 359-369.
- Mitman, T. y Denham, J. (2024). Into the meme stream: El valor y el espectáculo de los memes de Internet. *Nuevos medios y sociedad*.
- Pérez, J. (2023). El irónico mensaje del PSOE en Twitter para celebrar el Día Mundial del Perro. *Antena 3 Noticias*. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/elecciones/elecciones-generales/ironico-mensaje-psoe-twitter-celebrar-dia-mundial-perro_2023072164ba78cef7868800015b8484.html.
- Rodríguez, D. (2013). *Memecracia. Los virales que nos gobiernan*. Barcelona: Planeta.
- Ruiz Anderson, R. (2023). Perro Sánchez... ¿Cuál es el origen de este apodo? *El Confidencial*. Disponible en: https://www.elconfidencial.com/espana/2023-07-20/perro-sanchez-origen-apodo_3702947/.
- Ruiz Martínez, J.M. (2018). Una aproximación retórica a los memes de internet. *Signa: Revista de la asociación española de semiótica*, 27, 995-1021.
- Sharma, S., Agarwal, S., Suresh, T., Nakov, P., Akhtar, Md. y Chakraborty, T. (2022). What Do You Meme? Generating Explanations for Visual Semantic Role Labelling in Memes. *ArXiv*, 9763-9771.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture (Memes en la cultura digital)*. Cambridge: MIT press.
- Viejo, M. (2023). "La Pija y la Quinqui" y Pedro Sánchez o "perro sanxe" a todas horas y en todas partes. *El País*. Disponible en: <https://elpais.com/espana/elecciones-generales/2023-07-17/la-pija-y-la-quinqui-y-pedro-sanchez-o-perro-sanxe-a-todas-horas-y-en-todas-partes.html>.
- Volpe, M. y Menichelli, S. (2023). ¿Vas a usar memes o no? Primer aviso. *PERSPECTIVAS. Revista de ciencias jurídicas y políticas*. 105-118.