

Semiótica de los medios II - Unidad 3 - Teórico 12: 06/06/2023

La digitalización del espacio público, político y comunicacional. Parte 2

Prof. María Elena Bitonte

Contenidos: La digitalización del espacio público, político y comunicacional. Operatorias narrativas y retóricas del discurso político en medios digitales. Retóricas de la cercanía en Twitter. Narrativización y parodia en los twits y memes de internet. Los imemes como retomas hipertextuales y comentarios de actualidad. Sus mundos de referencia: real, fictivo y lúdico.

Lecturas indicadas

Jost, François (2023). *Dígalo con memes. De la parodia al mundo digital*. Cap 4. “El género en cuestión”. Buenos Aires: La Crujía. Trad. Ariel Gurevich. 1ª Ed. *Est-ce que tu mèmes? De la parodie à la pandémie numérique*. Paris: CNRS. 2022¹.

Qués, María Elena (2012). “Retóricas de la proximidad: los tweets presidenciales en Argentina”. En María Braun (ed.), *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, 2. WAPOR, Latinoamérica sede Buenos Aires. Editorial Teseo.

Lecturas de apoyo

- Bermúdez, N. (2021). “Las redes sociales y la hipermediatización del cuerpo político” en *Revista Latinoamericana de Estudios sobre cuerpos, emociones y sociedad*, Vol. 3 N° 37 (13)
- Bitonte, María E. y Siri, L.(2022). Mediatización de la pandemia a través de memes de internet. Construcción semiótica de espacios y temporalidades sociales. En Berman, M., Tobi, X. *Interacciones mediatizadas: contactos y vínculos antes y durante la pandemia*. Rosario: UNR Editora, 128-159.
- Canedo, N. y Urbanitsch, V. (en prensa). “Desde y hacia la política. Los memes de Internet en la nueva circulación de sentido sobre lo público”. En Del Coto, María Rosa (ed.), *Medios y Retomas 3*. Buenos Aires: Biblos.
- Jenkins, H. (2006). "Photoshop para la democracia: la nueva relación entre política y cultura popular". En *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós
- Koren, R. (2013). “*La crítica del discurso de los «viejos» medios en Internet: ¿Un nuevo tipo de argumentación política?*”

...

¹ Los números de página de las citas textuales corresponden al mimeo del capítulo y podrían variar en la edición final.

Recapitulando

Tal como lo venimos planteando en teóricos anteriores, el discurso político se define por su carácter eminentemente polémico, como *palabra adversativa* (Verón, 1987: “La palabra adversativa”). El discurso político no puede resignar su dimensión argumentativa ya que, a través de él, le es posible hacer tres cosas fundamentales: 1) gestionar los conflictos, relaciones de poder y diferencias de opinión que surgen en la esfera de la sociedad civil, 2) construir los colectivos a los que se dirige y 3) generar un proyecto de futuro acorde a los colectivos a los que interpela. De ahí el interés de aproximarnos al discurso político a partir de la sociosemiótica y las teorías de la enunciación y de la argumentación. Este encuadre nos permite abordar la dimensión discursiva los fenómenos sociales, focalizando los puntos de vista sobre el mundo que confrontan socialmente. Advertimos en la clase anterior, que la narrativa no es la dimensión dominante pero puede aparecer ligada a lo que Verón denomina el componente ‘descriptivo’ del político, cuando se remonta al pasado y para hacer una lectura de la situación actual. Como lo vieron también con Amparo Rocha, en retórica, el término *narratio* es una de las partes de la argumentación que corresponde al momento en que el orador relata los hechos a los que se aplicarán las pruebas. Vale decir que en el discurso político, la narración está subsumida en la argumentación retórica, como una de sus estrategias. Así lo veremos al abordar la función estratégica de los *micro-relatos* en los twitts.

Asimismo, enfatizamos que los puntos de vista que predominan actualmente en la *conversación social* encuentran su respaldo fundamentos que no siempre son racionales, ni suficientemente explicativos, sino fragmentarios, pildorizados y sostenidos en la economía icónico-afectiva de la primeridad y en la indicialidad del contacto. En esta línea, pusimos de relieve que tanto la televisión como los medios electrónicos carecen de los recursos simbólicos para crear colectivos identitarios y programas de largo plazo propios del discurso político. La razón es que siguen la lógica económica del mercado y desarrollan un modelo reduccionista y simplificador de la argumentación (Verón, 1998: “Mediatización de la político”; 2013: “Ciclos de vida”; Mouchon, 2022: “Un enfoque semiótico de la mediatización”; Bitonte y Grigüelo, 2017, “Entre el principio de los nuevos medios y el fin de lo político”). Para caracterizar esta retórica propia de los nuevos medios, hemos recurrido a la noción de “microargumentos” (Slimovich, 2012) y a partir de las Teorías de la argumentación desmontamos su andamiaje (modelo de Toulmin) y tipo de auditorio (auditorio-juez de Perelman). Ejemplificamos con algunos géneros típicos, como los comentarios digitales y los memes de Internet y concluimos que son géneros digitales que no desarrollan un discurso propiamente político sino una nueva retórica de oposición a los poderes establecidos que *repolitiza* la palabra de las nuevas (*hiper*)audiencias.

Hoy continuaremos reflexionando sobre la semiótica de estos nuevos géneros a partir de sus operatorias que retóricas y narrativas en medios digitales. Nos detendremos hoy en dos géneros comentativos de la actualidad política: los tweets políticos y los memes de Internet.

Vamos a describir en qué consiste su poder discursivo para ilustrar, interactuar y comprender la cosa pública con sus “retóricas de la proximidad”.

El imeme ¿Una nueva retórica hipertextual?

Vamos a internarnos primero en un género que pese a su aparente nimiedad tiene un enorme interés semiótico: los memes de Internet. La noción de meme fue acuñada por el biólogo neo-evolucionista Richard Dawkins en 1976². En su significado original el término condensa ‘mimesis’ con ‘memoria’ y se asimila al término ‘genes’, en tanto unidades de replicación portadores de memoria biológica. Es en este sentido, precisamente, que Dawkins los definió como *unidades de replicación cultural*. Por su parte José Vélez Herrera, estudioso mexicano con un enfoque evolucionista próximo a la semiótica, acuñó el término ‘imeme’ para referirse a los “internet memes” (2015: 131)³.

Los imemes se apoyan generalmente en las llamadas imágenes macro, *templates* u otras materias significantes plásticas, sonoras, audiovisuales, gestuales, cuya iconicidad permite establecer semejanzas con aquello a lo que refieren. Ahora bien, si somos consecuentes con la concepción anti-representacionista de Peirce -que no admite que la réplica de un signo pueda detenerse en una interpretación fija- los imemes no son meras imitaciones, sino variaciones sobre algo previo, cuya serie infinita no tiene límite. Recordemos:

Un signo o representamen es algo que representa algo para alguien en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, es decir, crea en la mente de esa persona un signo equivalente o quizás aun más desarrollado. A este signo creado yo lo llamo el Interpretante del primer signo (Peirce, 1987: 2.228).

Lo que nos interesa desde el punto de vista semiótico es la/s idea/s que el meme hace circular, es decir, su interpretante, el que no puede ser separado de su materialidad portadora de sentido social. De este modo, todo meme resulta ser una idea o Interpretante creado a partir de algo previo, a lo que replica en una serie infinita de nuevos interpretantes. Así, siguiendo el punto de vista de la operatoria peirceana, los imemes, ponen en funcionamiento las tres dimensiones de la producción de sentido: la *icónica* (imitación, mimesis), la *indicial*, condición de su circulación, y la dimensión simbólica (cultural, comunitaria, clave de su interpretación).

Vemos como ejemplo uno de los imemes que comparan a Rodríguez Larreta con el Sr. Burns. En una nota de La Nación pueden ver el hilo donde el Jefe de Gobierno de CABA, frente a un posteo, responde con toda una saga de sus propios imemes que lo muestran en

² Dawkins, Richard (2002 [1976]). *El gen egoísta*. Barcelona. Salvat.

³ Vélez Herrera, J. I. (2015). “Influyendo en el ciberespacio con humor: imemes y otros fenómenos”. En *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 35. 130-146.

situaciones de trabajo. Esta dinámica construye micronarrativas que comentan los posteos alimentando la conversación social en red. Lo mismo sucede con los imemes que circularon en redes sociales cuando en 2017 le hackearon la cuenta a la entonces Ministra de Seguridad, Patricia Bullrich: hay una situación inicial dada, un problema y un desenlace:



La importancia que revelan hoy los imemes en la cultura digital reside, justamente, en su capacidad para funcionar como formidables interpretantes de la realidad social, desde de los asuntos más triviales de la vida común hasta los más problemáticos la agenda política. Trátese de estados emocionales, vivencias o incluso ideas complejas, los imemes presentan una enorme agilidad para circular esos sentidos y hacerlos proliferar. Sin duda eso es lo que los hace tan atractivos en el campo de la comunicación política.

Los imemes surgieron sigilosa y precariamente en medios de redes sociales, en los años `90 (Baby Cha-Cha). Primero, nos convocaron como espectadores y después concitaron el interés de los estudiosos. Poco a poco se impusieron, a mediados de los 2000, con el crecimiento de las redes sociales y finalmente eclosionaron potenciados por las condiciones de ASPO y el DISPO, cuando amanecíamos con nuestros celulares atestados de imemes. Actualmente concitan el interés de cantidades incontables de producciones científicas, pseudo-científicas y poco científicas: libros, congresos, artículos, cursos, programas escolares y universitarios, redes sociales y sitios generadores y reservorios enciclopédicos (Canva, Make a Meme, Memebase, Meme Creator, Cheezburger, Quickmeme, La Política En Memes, Know Your Meme); merchandising y hasta una licenciatura en memes!

Algunos estudios recaen en cómo los imemes canalizan las demandas de grupos sociales con un lenguaje contrahegemónico de resistencia a determinados actores políticos, económicos o gubernamentales que son percibidos como amenaza a las libertades

ciudadanas. Otros los toman como agentes virales de violencia simbólica, humor agresivo y estereotipos que ponen en riesgo los derechos y valores de la democracia.

Lo cierto es que los memes tienen un enorme poder discursivo, que se demostró particularmente durante la pandemia del COVID-19, cuando era inconcebible construir un relato de algo tan absolutamente extraño, que no se sabía cómo había empezado, cómo se combatía ni cuándo terminaba. En aquel momento, los memes nos ofrecieron imágenes, relatos y nociones de cuidado que nos familiarizaban con aquello desconocido que nos rodeaba, nos devolvía el contacto social perdido, por otros medios (compartir) y junto con esto nos recordaba la primera y principal regla del ASPO: “quedate en casa”⁴.

Como vimos, los géneros hipermediáticos están sujetos a la lógica del consumo. Compiten en uno de los mercados más preciados de hoy día, el de la atención; tienen una temporalidad ligada a la inmediatez: retoman contenidos (hacia atrás) y los replican (hacia delante) y todo el tiempo y varían. Canedo y Urbanitsch explican el proceso *memético*:

El proceso memético se produce cuando aparece una retoma de una mediatización previa que exhibe algún tipo de variación que altera su investidura de sentido original, que mayormente tiene un sentido satírico y/o paródico (Hutcheon, 2013) y que se presenta como una intervención de la comunidad de internautas sobre ese texto preexistente (Canedo y Urbanitsch, en prensa).

El meme y el afiche

https://www.instagram.com/p/Ci_LiJaDliU/?hl=esseptiembre 26, 2022



⁴ Para ampliar se puede consultar: Bitonte y Siri (2022). “Mediatización de la pandemia a través de memes de internet”; Bitonte y Steinberg (2022). “Aconsejar sin prescribir. Un modelo de campaña preventiva frente al COVID-19”. Ambos artículos en Libro digital del Centro de Investigación en Mediatizaciones. Rosario: Universidad Nacional de Rosario. <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/170/interacciones-mediatizadas-contactos-y-vinculos-antes-y-durante-la-pandemia> ; y Bitonte y Gurevich (2022). “Aislamiento social, preventivo e indicial. Pedagogía viral del contacto”. En *deSignis 37, Mediatizaciones*. Rosario: UNR Ediciones. <https://www.designisfels.net/publicacion/i37-mediatizacion/>

Notemos que la replicación con variación es un rasgo constitutivo del imeme, que lo diferencia de otros géneros como por ejemplo, el afiche, que es reproducción en serie, sin variación⁵. De ahí que lo paródico, aunque no es constitutivo, es muy habitual. A continuación vamos a caracterizar el lenguaje de los imemes y su compleja semiosis.

El lenguaje de los imemes

Para describir la semiótica de los imemes nos vamos a basar en un capítulo 4 “El género en cuestión”, del libro del semiólogo francés, François Jost, *Est-ce que tu mèmes? De la parodie à la pandémie numérique*, publicado en Paris por el CNRS (Centre National de Recherche Scientifique) en 2022. El libro fue traducido al castellano por Ariel Gurevich como *Dígalo con memes. De la parodia al mundo digital* y va a ser publicado próximamente por La Crujía. Vamos a tomar del texto algunas definiciones sobre el género y ustedes podrán ver en el capítulo numerosas piezas gráficas, que en esta clase vamos cambiar con fines didácticos, por otras referidas a lo político.

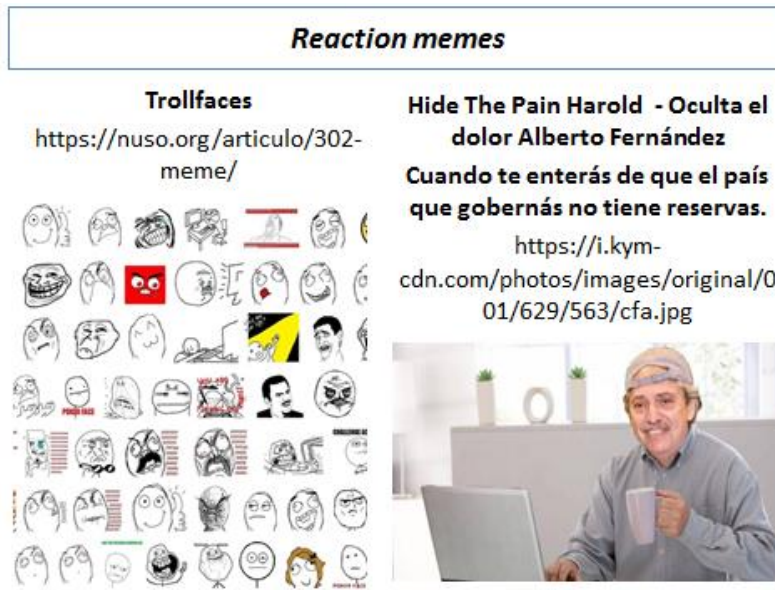
El lenguaje de los imemes es más complejo de lo que a simple vista parece. Por eso Jost aconseja desconfiar de aquellos que generalizan que los memes son breves, relevantes, veloces, efectivos, tóxicos y cosas así. También es nuevo su modo de transmisión, que suele asimilarse habitualmente a la viralidad, pero este rasgo tampoco puede generalizarse: no todos los imemes son “virales”. Antes bien, el semiólogo los considera “elementos fundacionales de un nuevo lenguaje digital” (Jost, 2023: 77). Pero su retórica audiovisual no surge de la nada en la medida en que todo texto se apoya siempre en otro anterior (“y tú lo sabes”). Los memes provienen de géneros muy antiguos que Internet, para decirlo como Bolter y Grusin (2000), “remedia”.

La retórica de los imemes pone en valor las destrezas creativas y cooperativas de las audiencias hipermediáticas. Es un lenguaje irreverente que une comunidades en espacios de afinidades y pone en jaque la retórica de los viejos medios. Está hecho de yuxtaposiciones anómalas, intertextualidad y humor (Knobel y Lankshear, 2007. En Bitonte y Siri, 2022. “Mediatización de la pandemia a través de memes de internet”).

Jost (2023: 78 y ss.) caracteriza a los *reaction memes*, que circulan en el interior de los medios de red y se diferencian de los que circulan de forma independiente por el tipo de interacción que producen. Los *reaction memes* son como los emoticones y emojis: tienen una función *ilustrativa* que se vale de recursos icónicos (dibujos, fotografías, videos) para exteriorizar sentimientos e impresiones acerca de otro discurso previo (es decir que también cumplen una función *comentativa*). En este sentido, dice Jost, “prolongan las

⁵ Un interesante trabajo semiótico sería analizar las variaciones paródicas producidas por los actores sociales que intervienen los afiches callejeros.

manifestaciones emocionales (la cólera, el enojo, las muecas, la sonrisa)” y provocan empatía. Si bien, algunos estudiosos les atribuyen en primer lugar la función fática de Jakobson o, para decirlo en términos de Verón –que no son los que Jost adopta- de *contacto*, para Jost en los *reaction memes* la función dominante es la expresiva, que pone el acento en el locutor, tal como puede apreciarse en la retórica de los imemes del tipo *Cuando vos. ¿Ustedes qué piensan?*



Lo gestual adquiere una importancia de primer orden en los imemes y estos tienen una extraordinaria capacidad para captarlo. De hecho, el Museo de la Imagen Movimiento de Nueva York catalogó a los *reaction GIFs* como gestos, en 2014. Los *reaction memes* son todo un catálogo de muecas que connotan sensaciones a menudo difíciles de explicitar a través del lenguaje verbal (rareza, mezcla de gusto y disgusto, horror, duda, desconfianza, incredulidad, complicidad, etc.).

Ahora bien, la dificultad que entrañan los memes –dice Jost- es que el reconocimiento de hipertexto supone el conocimiento previo del texto de partida, que suele tener una relación intertextual con algún discurso de la cultura popular, y por lo tanto demandan “una ‘enciclopedia’ común” (2023: 78). De esto se sigue que las comunidades, de las que hablábamos la clase pasada, tienen fronteras de acceso poroso pero restringido, que requieren cierta alfabetización o ciertas claves de entrada, lo que crea determinado tipo de vínculos sociales, como si se tratara de cómplices que comparten *contraseñas* (Apter, 2019: “Alphabetic Memes”, en Bitonte y Siri (2022).

Junto a esta función interaccional del lenguaje, que supone el conocimiento de un código común, Jost destaca la función que Jakobson llamó poética (2023: 4), es decir que algunos memes de internet pueden, a su juicio, ser considerados como verdaderas piezas artísticas. El meme –dice Jost (2023: 91)- es una manera de hablar del mundo o admirarlo.

El lenguaje de los imemes es también fértil en neologismos. Los genera y los multiplica: “Alverso”, “macrisis” (condensaciones neológicas de Alberto Fernández y verso y de Macri y Crisis, respectivamente, con un sentido despectivo); “Gato” para designar al expresidente Macri (en el lenguaje tumbero, es el que hace un trabajo supeditado a otro a cambio de algo) (Bitonte, 2020)⁶. Son expresiones que nacen de los memes de internet y se trasladan a los usos sociales *off-line* con variaciones y sentidos nuevos, en un sentido, como diría Carlón (2020), en una dirección comunicativa *descendente* (es decir desde los medios a los actores individuales). Algo similar sucede con algunos cánticos populares o de cancha que se memifican y pasan a las redes sociales, incorporando un sesgo político en dirección *ascendente* (de abajo arriba)⁷. Por ejemplo, el hashtag #MMLPQTP. “Mauricio Macri La Puta Que Te Parió” fue un “hit” en la temporada de verano de 2018, que surgió de los cantos de hinchada, atravesó diferentes comunidades y géneros, *on-line* y *off-line*, y se “viralizó” en medios de redes sociales con distintas variaciones.

Retomas meméticas y variaciones en la discursividad política

Las variaciones de los imemes pueden diferir según deriven de **la misma idea con diferentes configuraciones** (visuales, verbales, musicales, etc.), por ejemplo, las miles de versiones de lo fúnebre en los imemes del ataúd (Coffin dance) o de **las mismas configuraciones con diferentes sentidos**, como por ejemplo, las *iteraciones* meméticas de Julio Iglesias, Travolta confundido, Osvaldo Laport, Wait it’s all Ohio-Always has been.



⁶ Para ampliar este punto se puede consultar Bitonte, María Elena (2020). “Secuencia didáctica para el abordaje de géneros digitales. I-memes y comentarios desde una perspectiva semiótica operacional”. Disponible en Sitio de investigación de Semiótica de los medios II. Ciencias de la Comunicación. Universidad de Buenos Aires: <http://absorcionesretomas sociales.uba.ar/abordaje-generos-digitales/>.

⁷ Carlón, Mario (2020). *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada* - San Luis: Nueva Editorial Universitaria. UNSL.

Tal como lo describe Jost (2023: 97 y ss.), las variantes pueden ser: **de médium** o soporte (dibujo, animación, comics, foto, comic, animación, video, partitura, hashtag, etc.); **icónicas** (una figura es reemplazada por otra); **verbal** (modificación del texto de partida); **referenciales** (retoman la situación pero la recontextualizan cambiando el marco de referencia. Dicha recontextualización puede adquirir un nuevo sentido (lúdico, político), dependiendo del *mundo de referencia* al que remitan⁸) o **intertextuales** (usan referencias a otros discursos, inclusive, memes de internet). Veamos algunos ejemplos ilustrativos:

1. Variación de soporte y género

Vemos cómo la el clásico MMLPQTP pasa de la partitura a un video en YoTube, en el que vemos al presidente Putin interpretando el tema en piano.

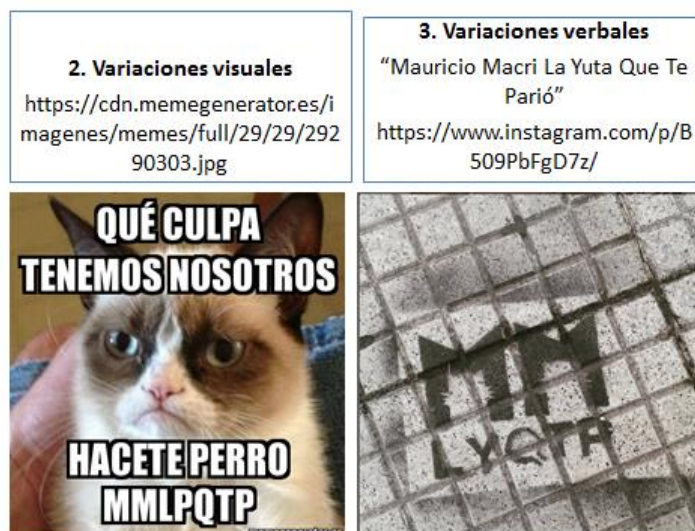
MMLPQTP - Variación de medio y género	
<p>Partitura en papel</p> <p>https://soundstudies.files.wordpress.com/2018/06/mmlpqtp.jpg?w=618&h=299</p>	<p>Canción en video</p> <p>Putin interpretando en piano el clásico MMLPQTP</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=2tOpr2zTrjk Putin</p>
 <p>Mauricio Macri (la puta que te parió)</p>	 <p>RUPTLY</p>

2. Variaciones visuales y 3. verbales

Vemos en la siguientes piezas gráficas cómo se producen cambios en el nivel de la imagen y el texto se mantiene o bien se modifica el texto escrito: “Mauricio Macri La Yuta Que Te Parió” fue impulsado por colectivos feministas que cuestionaron el término ‘puta’ y lo

⁸ El ejemplo con el que ilustra Jost es muy elocuente: un sacerdote bautiza a los niños con una pistola de agua para respetar el distanciamiento social y se memetiza como que amenazando a un bebé con un arma. No se trata tan simplemente de una transformación lúdica. Hay un sentido político que se plantea como crítica irreverente a la Iglesia y sus ministros.

cambiaron por ‘yuta’ en el marco de la serie de reclamos por la igualdad de géneros, el aborto legal (Ley 2020 de interrupción voluntaria del embarazo) y el fin de los femicidios⁹.



Estos ejemplos muestran que la semiosis del imeme está ligada a una operatoria hipertextual (la relación de un hipotexto con otro texto del que se deriva (hipertexto), a través de diferentes tipos de variaciones (imitación, transformación, travestimiento, trasposición). De este modo, circulan *en cascada* como rebotando unos con otros y multiplicándose. El recurso principal de transformación es la parodia. La parodia procede por hipertextualidad y aporta su sesgo risible, de crítica y degradación. Algunas parodias tienen un fin lúdico y otras ridiculizan situaciones o actores sociales con un estilo satírico. Notemos, no obstante que pese a que es recurrente, el humor no es un rasgo constitutivo de los imemes. Así como hay parodias serias, hay también imemes serios.

Variaciones de los memes según sus mundos de referencia

Vamos a delinear ahora tres ejes que resultan ordenadores para dar cuenta de las variaciones que pueden registrar los memes de internet según los mundos a los que refieren. Después de analizar el Top 10 de los memes preferidos por los usuarios de Knowyourmeme en 2020, Jost (2023: 90 y ss.) distingue tres clases de memes de internet, en tanto formas de retomas hipertextuales que pueden referirse a tres grandes categorías: el mundo real, el mundo fictivo y el mundo lúdico¹⁰.

⁹ Para ampliar este punto ver Ardini, Claudia y Alfredo Caminos Eds. (2019). *#MMLYQTP. Algo más que el Hit del verano*. Córdoba: Equipo Experiencias Transmedia.

¹⁰ Se trata de tres categorías o archi-géneros con los que uno muy rápidamente asociaría a las tres categorías peirceanas pero a las que el autor no remite.

1. Referencia al mundo real

Esta es la clase de memes que agrupa los memes que pueden ser considerados como comentarios de la actualidad o el mundo al que denominamos “real”. Los memes de internet *comentan*, postulan puntos de vista sobre el mundo, pero no al modo argumentativo de un editorial o de una reseña periodística, ni de cualquier otro discurso de seriedad. Como venimos viendo, el lenguaje de los imemes está hecho de materiales heterogéneos, verbales e icónicos, manipulados a través de remixes, collages, montajes, reversiones y toda clase de recursos paródicos de inversión, contraposiciones, yuxtaposiciones insólitas, etc. Por ejemplo, La Coffin Dance o meme del ataúd, se propagó como una narrativa alegórica de las consecuencias de la emergencia sanitaria. Una vez instalado ese sentido a través de las piezas audiovisuales, un fragmento de imagen o la sola música separadas del video se memetizaron como interpretantes graciosos de diferentes situaciones sociales extremas.



Alberto Fernández interpretando Coffin Dance.
https://www.youtube.com/watch?v=5X_tZoTG_ZE



Aunque teñidos por el humor, el foco de este tipo de imemes está orientado a la función referencial y sintetizan puntos de vista serios sobre el mundo.

2. Referencia al mundo ficticio

Otros memes simulan referirse al mundo real pero son relatos ficticios como las *fans fictions* (continuidades narrativas que inventan los fans, de sus series favoritas) (Jost, 2023: 91). Por ejemplo, Wait, it's all Ohio? Always has been.

Wait, it's all Ohio? Always has been
<https://pbs.twimg.com/media/FxEasJIXwBw9Ilz.jpg>



3. Referencia al mundo lúdico

Son los memes que simplemente compartimos por diversión. No tienen un sentido político ni de crítica social.

...

Las “retóricas de la proximidad” del discurso político en Twitter

Continuando con las operatorias narrativas y retóricas del discurso político en los nuevos medios, vamos a internarnos ahora en lo que María Elena Qués denomina “retóricas de la proximidad”. La noción alude a los procedimientos de construcción de contacto que puso en obra la expresidenta Cristina Fernández en sus en sus posteos de Twitter. En su artículo de 2012, “Retóricas de la proximidad: los tweets presidenciales en Argentina”, la autora analiza un corpus de sus tweets oficiales durante octubre de 2010. Como solemos hacer, vamos a actualizar los ejemplos para tener una apreciación más cercana al presente.

María Elena Qués es docente-investigadora de la UNGS y la UBA, especializada en el análisis del discurso político, con una perspectiva sociosemiótica. Desde ese punto de vista

analítico observa las operaciones de producción de cercanía entre la enunciadora política y sus destinatarios.

Etapas de la relación política-nuevos medios. El caso de Twitter

La estudiosa contrasta tres etapas en el desarrollo de Sitios Web de políticos. En los orígenes de la plataforma, tenían un protagonismo los partidos, que procuraban exhibir una imagen de transparencia, brindando información, entre otras cosas, sobre gastos de campaña. Luego estos sitios se volcaron más a la participación y a la difusión de propaganda electoral, razón por la que muchos de ellos fueron abandonados ni bien terminaba la campaña (Qués, 2012: 243-244). El tercer momento se caracterizó por el desarrollo creciente de las redes sociales. El desplazamiento de la política a las redes exhibe dos fenómenos: uno, es que con los actores políticos se vieron frecuentemente enredados en polémicas coyunturales. El segundo fenómeno, fue que debido al conflicto entre el oficialismo y los medios hegemónicos (acentuado con la llamada “crisis el campo”, del 2008) los políticos buscaron vías alternativas de comunicación (Qués, 2012: 245). En la actualidad –y en línea con lo que venimos desarrollando en clase- Qués señala “una cultura política marcada por el personalismo y un sistema de partidos profundamente resquebrajado” (2012: 245).

Centrándonos en Twitter, a diferencia de Facebook, se caracteriza por 1) no implica afinidad entre seguidores y seguidos, 2) el usuario de Twitter actúa muchas veces como voyeur, lector o seguidor, más que como interactor o productor de contenidos y 3) Twitter se consolidó como el medio de los líderes de opinión, sujetos “autorizados” en su campo de actividad (Qués, 2012: 245). No obstante, como sabemos, las redes sociales como Twitter favorecen una escena enunciativa, conversacional, interpersonal, que los políticos aprovechan para vincularse con los actores sociales, suprimiendo diferencias jerárquicas e intermediarios, lo que produce un “efecto” de horizontalidad (se remarca “efecto” ya que a juicio de la autora, la horizontalidad forma parte del mito del igualitarismo).

El tweet como género discursivo

Tal como advierte la autora, una dificultad que debemos superar a la hora de analizar estos discursos es, frente a la gran variedad de géneros discursivos que circulan en la Web ¿a qué instrumentos conceptuales acudir para distinguirlos y describirlos? Qués recupera la distinción que hace Verón (2004, “Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales) entre lo que denomina “Géneros L” (no por “literarios” sino porque fue la Teoría Literaria la que se ocupó primero en definirlos), los que se definen por cierta disposición de la materia significativa que los vuelve más o menos estables y previsibles (noticias, entrevistas, mesas redondas, debates, columnas de opinión, crónicas, editoriales, etc.) y los “Géneros P”, o géneros “producto” (revista femenina, semanario de información, deportivo, magazine, etc.) que por el contrario no son estables ya que se desarrollan en un espacio al que Verón denominó “zona de competencia”, donde se enfrentan unos con otros generando estrategias diferenciales en sus contratos de lectura, para competir por las audiencias y anunciantes.

Los “géneros L” se encuentran incluidos en los “P”. Desde esta perspectiva, Qués ubica a los géneros de la Web, como Twitter o Facebook, entre los “Géneros P” (2012: 246). Lo que nos lleva a entender los tweets como “Géneros L”.

De este modo, Twitter encuentra los recursos estratégicos para establecer su contrato de lectura, superando la limitación de brevedad impuesta por la plataforma, que constreñía la tradición discursiva de la argumentación política a 140 caracteres¹¹. Esto da lugar a géneros híbridos que se entrelazan y siguen una lógica de reenvíos hipermediáticos: microeditoriales, fragmentos de polémicas, comentarios de coyuntura, improprios, intercambios entre pares se unen con enlaces a otros textos, videos, artículos o Sitios Web, blogs, redes sociales (Qués, 2012: 246-247).

Notemos cómo en el siguiente ejemplo, el tweet de Cristina Fernández es mínimo pero incluye un link a una nota escrita más extensa que le da la posibilidad de expandir un tema y desplegar la función polémica del discurso político, apuntando al prodestinatario (el seguidor) y al contradestinatario (el poder judicial) y a la vez, desplegar su *ethos* pedagógico. Así, la argumentación política -muy diferente de las largas peroraciones en actos políticos, cadenas nacionales o libros- sigue vigente, aunque encriptada, abreviada y entrelazada en un continuum con otros géneros.



La construcción del contacto

Cuando las alocuciones más formales, como la cadena nacional, comienzan a caer en desuso, Cristina Fernández empieza a usar Twitter, en 2010. Entonces hubo comentarios que señalaban una contradicción entre la envergadura del cargo y la informalidad del soporte. Es que la interacción en Twitter favorece la informalidad, el comentario cotidiano,

¹¹ Vale aclarar que actualmente, Twitter está lanzando de modo experimental una ampliación a 280 caracteres para incentivar un mayor uso de la plataforma. Cfr. frecuenciahttps://elpais.com/tecnologia/2017/09/26/actualidad/1506399545_718901.html

los vínculos de familiaridad y la identificación entre enunciador y destinatario: “Por eso, diga lo que diga el tweet, es la función del contacto” (Qués, 2012: 247).

El contacto produce un contrato enunciativo de complicidad. Notemos en los siguientes posts cómo se articulan las estrategias de contacto con los seguidores: el uso de un léxico informal, el tuteo, la interpelación directa e informal a un destinatario individual, la inmediatez del aquí y ahora:



Tres recursos básicos concurren en la retórica de la proximidad: 1) el orden indicial, 2) la producción de complicidad y lazos de pertenencia y 3) la intercalación de narrativas (anécdotas, Discurso Indirecto Libre).

1. Como se ve en los ejemplos, los tweets de Cristina Fernández continúan hoy, como en su período presidencial, regidos en el orden de lo indicial, por el eje “yo - vos”, en una discursividad que conecta las formas tradicionales de la retórica política con el lenguaje cotidiano: “presentar los dichos como espontáneos en su inmediatez fortalece la verosimilitud del enunciado” (Qués, 2012: 249).

2) Los tweets estrechan los vínculos de pertenencia al colectivo de seguidores, a través de guiños, argumentos y polémicas implícitos que circulan en los medios (lo que antes mencionamos como “contraseñas”). El tuteo y la modalidad interpelativa refuerzan la cercanía entre la enunciativa y sus destinatarios (“ya sabés”; “aunque no lo creas”), así como también las referencias exofóricas directas hacia un destinatario supuesto (“Sorry, Magnetto, el futuro está llegando”, “Proceda Maslatón”, “Viste que no soy rencorosa”) (Qués, 2012: 250, Bitonte, 2011)¹².

¹² Para saber más sobre este procedimiento denominado “apóstrofe” se puede leer Bitonte, María Elena (2011). “Algunas peculiaridades de la retórica de Cristina Fernández. Post-scriptum: El uso de índices de co-enunciación como maniobra estratégica”. II Jornadas de Lógica Informal y

3) El tercer recurso es el relato de anécdotas y el discurso indirecto libre. La *anécdota* es un género narrativo originario de la vida cotidiana. Con sus ingredientes de brevedad y detalles triviales, juega un rol importante en la generación de proximidad emocional y verosimilitud. Se trata de narrativas mínimas o microrrelatos, siguiendo el principio de brevedad que marca la preceptiva de las redes sociales (Qués, 2012: 251). Las anécdotas, a menudo siguen hilo fragmentado de tweets cuya secuenciación produce suspenso y aumenta el interés. Podemos agregar que según Steimberg (2005 [1993]. *Semiótica de los medios* masivos) la anécdota es un trans-género que recorre distintos lenguajes y medios. Se refiere a un suceso incidental o banal pero significativo y está emparentado con el chiste, con su dosis de humor. Con respecto de su estructura argumentativa, la podemos caracterizar, como lo venimos haciendo, como un microargumento del tipo *exemplum*, es decir, un razonamiento inductivo y tautológico que parte de un tema inicial, un problema y una conclusión que confirma el tópico inicial. Desde el punto de vista ideológico tiene un efecto conservador (la confirmación de algo sabido) y remite a una doctrina. En este sentido, es una tautología disfrazada de relato.



Por su parte, el *discurso indirecto libre* le permite a la enunciativa enriquecer su discurso con procedimientos enunciativos polifónicos, como hablar desde la perspectiva de otro, introducir fragmentos bivocales de diálogos o comentarios, a veces jocosos, que suponen voces ajenas o interpelaciones directas al lector o a un contradestinatario (Qués, 2012: 253).



Por ejemplo, cuando en el discurso de defensa por la causa Vialidad, Cristina Fernández dice:

No voy a someter a la fuerza política que me dio el honor de ser dos veces presidenta y una vez vicepresidenta a que la maltraten en período electoral con una candidata “condenada”, con inhabilitación perpetua, con administración fraudulenta por el Estado (comillas nuestras).

El término “condenada” se destaca por un cambio en la entonación. Ese cambio de tono es una marca discursiva de discurso directo libre: se trata de un enunciado cuya responsabilidad enunciativa se le atribuye a otro (el contradestinatario).

Y la frase “Mascota de usted [Héctor Magnetto], nunca jamás”, en ese mismo discurso incluido es un caso de apóstrofe (según la definición de la RAE, se trata de un concepto retórico que consiste en una interpelación vehemente dirigida en segunda persona a otro presentes o ausentes, vivo o muerto, a seres abstractos, o a uno mismo).

Finalmente, el conjunto de estas estrategias, potenciadas por el intimismo y el humor estimulan los vínculos afectivos de las retóricas de la cercanía. Estas se combinan balanceadamente con el registro pedagógico típico de la retórica de Cristina Fernández, y con discursos de argumentación clásica, muchas veces insertos a través de enlaces en los propios posteos (Qués, 2012: 255).