Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Enunciadores fake y circulación contemporánea de memes:[1] Aproximación a partir de un estudio de casos en el Nordeste Argentino (2023-2025)

Palavras-chave: Sociedades Hipermediatizadas - Comunicación Horizontal - Humor .

Héctor Nicolás Silva Lotero

Este trabajo propone una aproximación a la hipermediatización del sentido en la sociedad contemporánea a partir de focalizar en el fenómeno comunicacional del meme de internet. Se problematiza la emergencia de un tipo de enunciador productor de memes con impacto en la circulación: el *fake*. El objetivo es dar a conocer los primeros resultados de un estudio de casos en el Nordeste Argentino que se centra en su análisis y descripción.

Hasta el momento se ha construido un corpus de más de 3.000 memes tomadas mediante captura de pantalla de publicaciones en Facebook, Instagram y -en menor medida- X (antes Twitter). Conceptualizamos al meme como "un típico género discursivo producto de un conjunto de estrategias enunciativas, que implica la interacción social, y que es posible gracias al dispositivo de circulación que habilitan las redes sociales" (Escudero Chauvel, 2024: 29). El estudio abarca un periodo de dos años (2023-2025) que permite indagar en los modos de procesamiento en las redes sociales mediáticas de acontecimientos en la interacción entre enunciador *fake* y colectivo comunicacional.

[1] Trabalho apresentado ao VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

El estudio se concentra en cuatro cuentas que operan en redes sociales mediáticas (Facebook, Instagram y X). Dos de ellas están localizadas en Corrientes, se trata de Miami Correntino (https://www.instagram.com/elmiamicorrentino/) y Memelandia Correntino (https://www.instagram.com/memelandiacorrentino/). Las otras dos corresponden a Chaco: Rata de Resistencia (https://www.facebook.com/@LaRataDeRcia) y Semánticas del Desequilibrio (https://www.facebook.com/semanticas.deldesequilibrio.7).

Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Imagen N° 1. *Un meme del Gauchito Gil elaborado por Memelandia Correntino.* Fuente: Facebook

Cada una de estas cuentas reúne ciertos requisitos como ser una cuenta *fake*, contar con una producción en el tiempo de mensajes humorísticos, entre ellos se destaca los

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

memes como forma principal de comunicación entre el enunciador y el enunciatario, haber generado un un colectivo comunicacional basado en la dirección comunicacional horizontal.

El trabajo se enmarca dentro del actual desarrollo de una teoría de la circulación contemporánea (Carlón,2024), heredera de las teorías de la discursividad y de la mediatización formuladas por Eliseo Verón. Desde esa perspectiva se concibe al *fake* como un tipo enunciador en redes sociales mediáticas que se caracteriza por el anonimato o carácter no especificado de su estatuto. Esto implica la no concordancia entre la identidad del enunciador extradiscursivo que administra la cuenta y el enunciador de la cuenta, el cual sí coincide con la figuración en el discurso. “El fake lleva al extremo los dos componentes que lo definen: su estatuto como signo, es decir, ser algo en el lugar de algo, y como proceso de la mediatización” (Carlón, 2020:128).

Imagen N° 2. *Perfil de la cuenta del enunciador fake La Rata de Resistencia.* Fuente: Facebook

Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Estos enunciadores y los memes que producen o distribuyen surgen de las condiciones contemporáneas de circulación del sentido con la existencia de tres sistemas de mediatización y de múltiples direcciones comunicacionales. En particular en esta investigación nos interesa la dirección comunicacional horizontal (entre pares), dado que es ella mediante la cual estos enunciadores *fake* y sus cuentas de memes operan en interacción con su colectivo generando un horizonte de expectativa clave para su constitución como tal.

Imagen N° 3. *Perfil de la cuenta del enunciador fake El Miami Correntino.* Fuente: Instagram

Fraticelli (2023) reconoce que la circulación de sentido es clave para este tipo de cuentas humorísticas basadas en la incongruencia entre el enunciador de la cuenta y el administrador de la cuenta. Es por ello que propone el estudio del sistema de cuenta como resultado de la circulación discursiva hipermediática. En el sistema de cuenta tanto el enunciador como su colectivo hipermediático ocupan alternativamente la instancia de producción P(D) y reconocimiento R(D) mientras que otros sistemas de cuentas en redes sociales y medios medios masivos constituyen el entorno (**Figura 1**).

Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

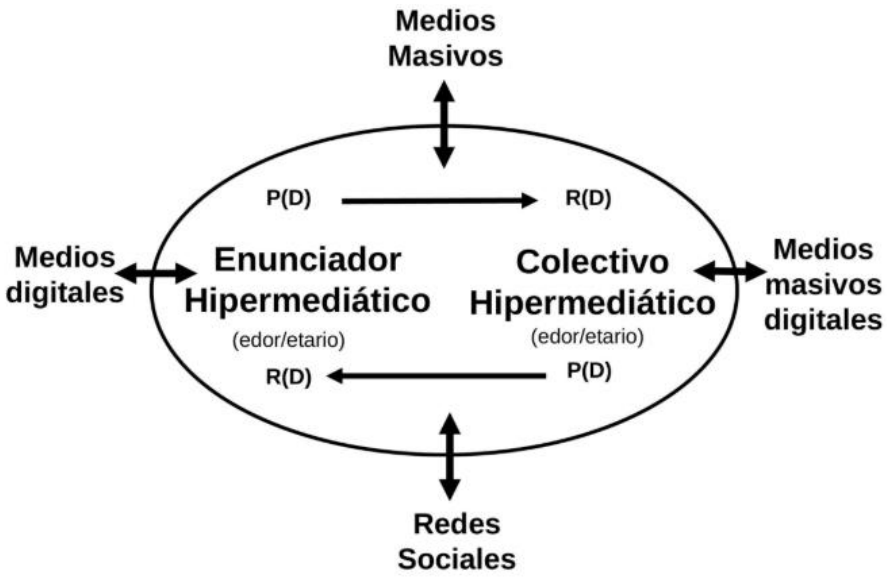

Figura 1. Esquema del sistema de cuenta. Fuente: Fraticelli (2023).

Si bien en este estudio consideramos varios esquemas, como los que propone Carlón (2020) para el análisis temporal y espacial de la circulación, para esta investigación el que nos presenta Fraticelli (2023) resulta de interés al poner el énfasis en la interacción entre el enunciador *fake* que se constituye en la cuenta productora de memes y el colectivo comunicacional. Ese tipo de intercambio se produce al interior del sistema de mediatización de las redes sociales con predominio de la dirección comunicacional horizontal, donde el sentido adquiere forma de diálogo. De este modo se puede analizar cómo se construye esa identidad digital a partir de intercambios que se despliegan diacrónicamente.

La lógica de producción del meme por parte de estos enunciadores opera bajo procedimientos de apropiación tanto intrasistémica como intersistémica. La primera se da cuando el meme circula solo en en el sistema de mediatización de las redes sociales, con predominio de la dirección comunicacional horizontal. La segunda ocurre cuando hay un salto de un sistema de mediatización a otro, ese salto puede ser desde “abajo” si el contenido producido “arriba” en el sistema de medios masivos es apropiado por el

enunciador fake para hacer un meme o crea su imagen de perfil o desde “arriba” si los medios masivos retoman sus discursividades.

En los casos en estudio esta producción se ha estabilizado en gracias a la interacción del sistema de cuenta dado que la producción discursiva empieza en un individuo que omite su identidad en el *off line* y valiéndose de su condición de *fake* interpelan desde lo reidero a un colectivo comunicacional con el cual interactúa a lo largo del tiempo, consolidándose así una identidad *on line* que difiere de la identidad del administrador de la cuenta.

Cada enunciador *fake* en particular establece con su colectivo una relación específica con modalidades y estrategias discursivas como la producción de memes vinculados a acontecimientos que ocurren en sus puntos de localización: la ciudad de Corrientes y la ciudad de Resistencia, capital de Chaco. El estudio diacrónico permitió registrar pasajes del *on line* al *off line* donde se introducen aspectos de la identidad del administrador de la cuenta como preferencias políticas e intereses personales. También se advirtió la puesta en marcha de modos de monetización mediante publicidad incluida hasta en los memes. No obstante, el grado de avance no permite hacer mayores afirmaciones sobre los efectos de un fenómeno comunicacional complejo como los memes producidos por enunciadores *fake* que a diario circulan por las hipermediatizadas sociedades contemporáneas.

Referências

CARLÓN, M. (2024). Sobre la hipermediatización como proceso y las sociedades hipermediatizadas como resultado. Un enfoque no antropocéntrico. En Ferreira, J. et al. Plataformas, Algoritmos e IA. Questões e hipóteses na perspectiva da midiatização.

_____ (2023). Desinformación y circulación hipermediática: entre memes y fakes (varios). Youtube. https://youtu.be/MPnAFkHKqes

_____ (2020). Circulación del sentido y construcción de colectivos en la era contemporánea. Nueva Editorial Universitaria: San Luis.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

ESCUDERO CHAUVEL, L. (2024). Digital Studies, Memes y producción de sentido. En: Bitonte M., et al. (2024). Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización. Revista deSignis 41.

FRATICELLI D. (2023). El humor hipermediático. Una nueva era en la mediatización reidera. Buenos Aires: Teseo..