



Faustino Medina*

Los memes como discurso analizable en el aula

Memes as analysable discourse in the classroom

Recibido: 24-04-18

Aprobado: 25-06-18

Resumen

El desarrollo de tecnologías como la internet ha facilitado un acercamiento extraordinario entre personas físicamente distantes. Esta herramienta permite el acceso y distribución de información de forma muy dinámica. Además, con la creación de las redes sociales se han triplicado las conexiones virtuales entre millones de seres humanos alrededor del mundo. Por medio de estas redes las personas se mantienen al tanto de lo que sucede y, además, comparten experiencias vividas, pensamientos, ideologías y creencias, es decir, elementos culturales difundidos a través de diferentes materiales digitales. En tal sentido, los memes se han convertido en una de las herramientas preferidas de los usuarios de los entornos virtuales. Reconociendo esta realidad, con este artículo se persigue comprender los efectos discursivos de los memes digitales en Estudiantes de Licenciatura en Educación mención Filosofía y Letras, Lenguas Modernas mención Inglés y Licenciatura en Educación Básica de la Universidad Autónoma de Santo Domingo, Recinto La Vega. Para tales fines se confeccionó y aplicó una encuesta cerrada a los estudiantes citados más arriba. Con los datos obtenidos con esta última se concluyó que los memes digitales son elementos discursivos complejos que persiguen un impacto social, por lo cual debe seguirse indagando sobre su efecto irónico en las representaciones de los enunciatarios y en la conformación de la cultura dada la rapidez en que son consumidos por los internautas.

Abstract

The development of technologies such as the Internet has facilitated in an extraordinary manner the interaction among people who are far away from each other. This tool allows accessing and distributing information in a very dynamic way. Also, with the creation of social networks, virtual connections have tripled among millions of human beings around the world. Through these networks, people keep up to date with what is happening and, in addition, share experiences, thoughts, ideologies and beliefs, that is, cultural elements found throughout different digital materials. In this regard, memes have become one of the tools preferred by users of virtual environments. In recognition of this fact, this article aims to understand the discursive effects of digital memes on students of Bachelor of Education degrees, majoring in Philosophy and Literature, Modern Languages, English, and Primary Education from the Universidad Autonoma de Santo Domingo, La Vega Campus. For this purpose, a closed survey was prepared and applied to the above-mentioned students. Based on the data obtained, it was concluded that digital memes are complex discursive elements that pursue a social impact. For this reason, we should continue to investigate their ironic effect on the representations of the enunciators and on the conformation of a given culture, considering the speed with which they are consumed by Internet users.

***Faustino Medina:** Profesor titular de la Escuela de Letras de la Universidad Autónoma de Santo Domingo, imparte Letras Básicas y Morfología y Sintaxis. Para contactar al autor: faustinomedina2683@gmail.com

Palabras clave

memes; redes sociales; cultura; situación de enunciación; ironía; sarcasmo.

Keywords

memes, social networks, culture, enunciation situation, irony, sarcasm.

Introducción

En la actualidad más de la mitad de la población mundial ha utilizado, por lo menos una vez en su vida, la internet. La llegada de esta herramienta ha revolucionado el acceso y distribución de la información. Además, esta plataforma ha permitido que la comunicación entre sujetos en puntos geográficos muy alejados pueda realizarse en cuestión de segundos. Estos procesos se han dinamizado, todavía más, con la creación de las llamadas redes sociales. Para Celaya (2008), las redes sociales son espacios en internet donde se publican y comparten informaciones de todo tipo para que otras personas las conozcan. En otras palabras, las redes sociales son espacios virtuales donde los seres humanos intercambian sus experiencias mediante diferentes tipos de archivos: fotografías, videos, documentos, y otros elementos culturales con los cuales buscan causar algún impacto en quienes los vean.

Los usuarios de estos entornos van creando comunidades, en las cuales se agrupan personas, casi siempre de diferentes localidades, pero que se sienten conectadas por lazos familiares o por el contenido compartido. Se debe admitir que, a pesar de las ventajas ya señaladas, las redes sociales también propician que se aminoren los intercambios presenciales. Schwarz (2011), sugiere que las personas, sobre todo los más jóvenes, están sustituyendo la interacción cara a cara por la comunicación textual a través de los medios digitales. Esto implica una especie de deshumanización marcada por el establecimiento de relaciones, exclusivamente, virtuales.

Una de las formas más populares de traspaso de información en estos espacios, especialmente en las redes sociales, es el meme. Este se puede definir como un dispositivo virtual que transfiere información de una persona a otra y con una intencionalidad determinada. Los memes, casi siempre, están compuestos por una imagen y un breve texto; y, regularmente, el mensaje que contienen es irónico. Kellner (2011), citado por Chango (2018), considera que, en una cultura donde la imagen se mediatiza a través de los medios sociales, las representaciones son las que construyen la visión que tiene un individuo del mundo. Es decir que, en muchos casos, los memes sirven de referencia para la constitución de modelos culturales. También, se debe resaltar que este instrumento virtual genera gran impacto entre los internautas por ser un material que, en la mayoría de los casos, resulta muy pegajoso por su componente burlesco y cómico.

El objetivo general de esta investigación consiste en caracterizar los efectos discursivos de los memes digitales en estudiantes de Licenciatura en Educación mención Filosofía y Letras, Lenguas Modernas

mención Inglés y Licenciatura en Educación Básica de la Universidad Autónoma de Santo Domingo, Recinto La Vega. Este se complementa con tres objetivos específicos: a) describir cómo los alumnos encuestados utilizan los memes digitales; b) identificar los factores situacionales más influyentes para que el meme provoque el efecto de acuerdo a la intencionalidad de su discurso y c) sistematizar qué efecto discursivo provocan los memes elegidos a estos estudiantes universitarios.

Finalmente, se debe establecer que en el desarrollo de este texto se expondrá el origen del término meme y su impacto como representación de un elemento cultural que sirve como trasmisor de información. Además, se caracterizará la composición de los memes para demostrar que estos últimos pueden ser considerados como unidades discursivas complejas. También, se presentará la sistematización de los resultados sobre los factores situacionales influyentes para el traspaso de este recurso cultural y los efectos discursivos de los memes seleccionados para este estudio a través de una encuesta realizada de manera virtual a estudiantes de la Universidad Autónoma de Santo Domingo, Recinto La Vega. Por último, se mostrarán las conclusiones del estudio sustentadas por los autores consultados.

Marco teórico**Origen del término meme**

Los memes representan una unidad informacional que sirve para traspasar datos de un ser humano a otro. Se podría pensar que son elementos exclusivos de las redes sociales y que solo se usan para ironizar algunas situaciones. Sin embargo, a través de ellos es posible transmitir tradiciones, hábitos, ritos, ... en fin, diferentes tipos de conocimientos.

En la actualidad quienes más los utilizan son los nativos digitales. Estos los emplean en casi todo el contenido que comparten en las redes sociales. Según Prensky (2010), una de las características de estos grupos es que, cuando navegan, prefieren recibir la información por medio de gráficos, imágenes o videos en vez de textos. Además, estas personas priorizan la obtención de datos de manera ágil e inmediata porque regularmente están realizando más de una tarea a la vez.

La mayoría de los usuarios de las redes sociales, incluyendo a los nativos digitales, consideran que la palabra meme se circunscribe estrictamente a los entornos virtuales. Estos suelen reducir la definición de este término a una imagen acompañada de un texto

breve donde, de manera jocosa, se ridiculiza a una persona o a un tema. Sin embargo, un gran número de estos cibernautas ignora la procedencia de dicha palabra.

En tal sentido, se hace primordial establecer que el primero en utilizarla fue el etólogo, zoólogo y biólogo evolutivo Richard Dawkins en su texto *El gen egoísta* publicado en 1976. El científico estaba desarrollando la idea de que los elementos culturales se pueden transmitir de la misma forma que los genes, por medio de lo que denominó «replicadores culturales». Dawkins deseaba encontrar o inventar una palabra que le sirviera para nombrarlos. Para tales fines seleccionó *mimeme* resultante de la derivación de la voz griega *mimesis* entendida, desde los pensamientos aristotélicos, como imitación de la naturaleza. Sin embargo, Dawkins deseaba que su término se asemejara fonéticamente al vocablo genes; por lo que, mediante la eliminación de la primera sílaba, obtuvo meme. Es decir que, para él, un meme es todo aquello que funciona como un difusor de cultura, un elemento que contiene datos que pueden ser imitados o transmitidos de un individuo a otro.

A partir de estos planteamientos, otros pensadores han elaborado sus propias definiciones. Para Blackmore (2000), el meme es cualquier elemento que se trasfiere de una persona a otra por medio de la imitación. Por otra parte, Vélez (2012) acerca más el concepto al entorno digital y lo define como un derivado pegajoso de algún aspecto de la cultura pop. Considera que este se parodia y repite hasta que se pierde de vista su origen y significado. Este último pensador también incluye, aunque de manera implícita, la idea de lo viral en su definición. En los entornos digitales los elementos que se convierten en una moda son considerados virales porque muchos usuarios los comparten. En este mismo orden, un meme digital o virtual tiene éxito como difusor cultural si logra esta categoría. Se debe considerar, además, la autonomía que ha logrado el meme de internet. En tal sentido, Rey, Marmolejo, Grob y Bartolomé (2018) consideran que este se ha convertido en un formato propio del imaginario colectivo que ya no se necesita de unos conocimientos expertos en informática para su producción.

El meme digital como unidad discursiva

Todo acto que implica la participación consciente del ser humano representa un acontecimiento social. Uno que tendrá o no éxito dependiendo de la efectividad con la que se realice. En tal sentido, en un evento comunicativo, la construcción y transmisión efectiva de

mensajes depende, en gran medida, de la habilitación de una situación de enunciación funcional.

Para establecer dicha situación, todo locutor debe observar, con cuidado, los elementos que la componen. Según Martínez (2002), cuando alguien habla utiliza un conjunto de recursos lingüísticos para, con ellos, apelar a un oyente. Partiendo de esta idea, todo enunciador debe considerar una serie de cuestiones antes y durante la producción de su discurso, a saber: ¿a quién se dirige?, ¿con qué fin?, ¿qué recursos lingüísticos y no lingüísticos necesita?, ¿cuál es el momento y lugar más adecuado para presentarlo?, entre otras. Volviendo a las ideas de Martínez (2002), todo productor de mensajes intenta establecer un acercamiento lingüístico reflejando sus características discursivas e imaginando las de sus potenciales receptores.

Una situación enunciativa se desarrolla en una dinámica discursiva que implica la participación de un enunciador y un enunciatario, es decir, un individuo que produce un mensaje y otro que lo consume. Para Ducrot (1984), estos sujetos discursivos se pueden denominar *Ethos* y *Pathos*, quienes representan, respectivamente, la imagen del Yo y del Tú dentro de toda actividad comunicativa. Claro que, como se anticipó más arriba, quien elabora el discurso toma muy en cuenta las características psíquicas, físicas y culturales de su receptor. Es por esto, por lo que tanto el enunciador como el enunciatario establecen, muchas veces de manera asincrónica, un conjunto de acuerdos. Estas convenciones se sustentan en las normas comunicacionales del grupo al que pertenecen.

Estos planteamientos también se aplican a la producción de los memes digitales. Dichos textos requieren los procesos descritos en los párrafos anteriores porque, como todo discurso, transmiten información y tienen una intención comunicativa. Sin embargo, en los memes debe considerarse que los elementos paratextuales, como las imágenes, tienen mayor efecto que la parte lingüística. Puesto que, como se ha explicado, en los entornos virtuales las imágenes tienen mayor protagonismo. En tal sentido, la composición de este tipo de mensajes, regularmente, implica una parte gráfica y una lingüística. La brevedad de este segundo elemento es una de sus características principales.

A pesar de que la parte lingüística es corta, la manera de decir lo que se dice en un meme garantiza o no su efectividad. Por lo que la selección del registro debe realizarse con plena conciencia de los efectos que se espera producir. Para Calsamiglia y Tusón (1999), el registro representa una unidad comunicativa de la lengua utilizada en un momento y lugar determinado, y con unos fines específicos. Esto es así porque, según Calsamiglia y Tusón (1999), las personas utilizan un



Figura 1 Meme #1 Fuente: <https://www.memegenerator.es/meme/529283>



Figura 2 Meme #2 Fuente: <https://www.memesitos.com/memes-de-amor-sarcastico.html>

conjunto de principios textuales y socioculturales para la construcción de discursos coherentes y apropiados. En este punto, también, se debe considerar la afirmación de Castañeda (2017), quien tomando como referente la teoría del signo de Peirce (1974), plantea que un meme de internet, como signo, establece una correlación icónica o simbólica con el objeto que representa. Es imperante, entonces, reconocer que si en un acto comunicativo lo que se dice es importante, más lo es, cómo se dice.

En este mismo orden, en la producción de un meme también se debe tomar en cuenta el principio de cooperación. Según Herbert Paul Grice (1975), en la tarea de la comunicación los interlocutores establecen acuerdos de cooperación que permiten una mejor comprensión de los mensajes propuestos. En tal sentido, toda persona que expresa un discurso debe considerar lo que Grice (1975) llama máximas de cooperación. Estas se sintetizan en cuatro tipos: a) máxima de cantidad: implica la cantidad de información que debe darse; b) máxima de calidad: sostiene que la información debe ser verdadera; c) máxima de relación: defiende la relevancia de los datos ofrecidos y d) máxima de manera: establece el modo de decir las cosas: breve, claro y organizado. Como se percibe, estos principios son los reguladores de un intercambio lingüístico efectivo. Aunque los mismos están pensados para conversaciones tradicionales, se pueden aplicar a las prácticas discursivas establecidas en los entornos digitales por medio de los memes.

Siguiendo esta línea de pensamiento, Yus (2003), considera que todo locutor debe cooperar con sus receptores para que comprendan mejor su discurso eligiendo un registro acorde con sus capacidades y expectativas. En esta parte, también es preciso considerar los planteamientos de Moreno (2005) para quien los integrantes de una comunidad de habla

comparten, además de por lo menos una lengua, un conjunto de normas lingüísticas y extralingüísticas que regulan su coexistencia. En fin, es indiscutible que la producción e interpretación de todo tipo de mensajes, incluyendo a los memes, depende del conocimiento compartido de la lengua que poseen los interlocutores; y no solo de esto, sino, y, además, de la utilización de una gramática cultural común como se postula desde la sociolingüística.

También, se debe destacar que todas las actuaciones lingüísticas provocan alguna reacción. Estas, casi siempre, son verbales e indican la aceptación o rechazo de la misma. Dicho esto, no es descabellado pensar que cuando alguien habla trata de convencer a otro de que lo que dice es la versión más cercana a la verdad. Austin (1962) considera que todo enunciado provoca una reacción en los interlocutores, a saber: les convence, interesa, calma, altera, etc. Por su parte, Bajtín (1982) piensa que toda actividad humana está vinculada con el uso de la lengua. Los hablantes elaboran enunciados estables y pertinentes para lograr, en sus oyentes, determinado efecto discursivo: "...cada esfera de la comunicación discursiva posee su propia concepción del destinatario, la cual lo determina como tal" (Bajtín, 1982, p.285). En tal sentido, todo discurso, sin importar su propósito y secuenciación, contiene rasgos argumentativos.

Lo antes expuesto se hace muy evidente en los memes, debido a que cuando un usuario publica este tipo de mensaje desea que sus amigos virtuales asientan y se conviertan en aliados de su intención, validando el mensaje y convirtiéndose en nuevos transmisores. Si esto último sucede, el locutor ha logrado domesticar a sus interlocutores con su discurso. En este orden, Bassols y Torrent (2012) consideran que toda argumentación persigue, mediante unos enunciados, que unos

receptores exhiban una conducta determinada. En otras palabras, con una argumentación se busca mover, por medio de la persuasión, la voluntad de los otros.

La ironía como recurso principal de los memes digitales

La producción de memes digitales se realiza por medio de diversos recursos o figuras retóricas. Elementos que permiten la construcción de mensajes apropiados para el contexto situacional donde se comparten. Uno de los más utilizados por los usuarios de los espacios virtuales es la ironía. Para García (2000), la ironía es un enunciado burlesco que, casi siempre, transmite un significado distinto al que expresa. Por su parte, el Diccionario de la Real Academia de la lengua española la define como una figura que expresa lo contrario de lo que se dice y que, además, puede interpretarse como una burla fina o disimulada. Ducrot (1990) sostiene que la enunciación irónica consiste en la introducción en el discurso de un punto de vista ajeno, es decir, el locutor utiliza la voz de otro u otros en su texto. Sin embargo, no se identifica con esta voz o voces; sino, todo lo contrario, las ridiculiza. Partiendo de estas conceptualizaciones, se puede pensar la ironía como un recurso del lenguaje que permite la transmisión de ideas por medio de enunciados que, a simple vista, se alejan de lo que realmente se desea expresar.

Muchos estarán de acuerdo con que, en los memes digitales, la ironía funciona tal como se ha descrito más arriba: se comparte una imagen que, acompañada con un breve texto, transmite un mensaje satírico. En la actualidad los memes irónicos son los más comunes en las redes sociales. González y Herrera (2014), concluyen que el propósito fundamental de los memes de internet es hacer reír. Los usuarios, regularmente, los utilizan para ridiculizar a una persona determinada o mofarse de un hecho actual.

Para nadie es un secreto que las redes sociales se han convertido en un espacio donde las personas conviven



Figura 3 Meme #3 Fuente: <https://elcomercio.pe/deporte-total/futbol-mundial/facebook-real-madrid-vs-memes-duelo-leganes-noticia-491836>

y, como sucede en las comunidades tradicionales, también en estas, los miembros no siempre están felices los unos con los otros. En tal sentido, estos estados anímicos, cargados de desprecio e inconformidad, se transmiten, casi siempre, por medio de los memes. En este punto, se debe admitir que, en la mayoría de



Figura 4 Meme #4 Fuente: <https://www.taringa.net/posts/humor/16401205/Humor-sarcastico-y-Memes-Fotoburlas.html>

estos, la ironía termina convirtiéndose en sarcasmo. Según García (2000), el sarcasmo es un enunciado irónico que tiene como finalidad herir a quien se dirige. Quienes comparten estos mensajes están conscientes de que, no solo, con ellos pueden afectar la moral de los otros, sino, además, lograr que muchos cambien sus percepciones respecto al personaje o tema objeto de burla.

Metodología

La metodología utilizada para la realización de esta investigación consistió en la aplicación de una encuesta cerrada a estudiantes de Licenciatura en Educación mención Filosofía y Letras, Lenguas Modernas mención Inglés y de Licenciatura en Educación Básica de la Universidad Autónoma de Santo Domingo, Recinto La Vega, específicamente, a los 23 inscritos en la Asignatura Morfología y Sintaxis II, Semestre 2018-01. Se debe aclarar que solo 16 participaron de la misma.

El instrumento contenía doce preguntas cerradas. Las primeras tres se dedicaron a captar información sobre el género, edad y licenciatura que cursan en la universidad los estudiantes seleccionados para el estudio. Las otras nueve estuvieron dirigidas a la obtención de datos sobre los memes digitales, el contexto más favorable para que logren su intencionalidad y los efectos discursivos en los consumidores. Cada uno de estos últimos ítems contenía cuatro alternativas.

Para la aplicación de este instrumento se utilizó la herramienta digital Google Formularios. Con esta tecnología se puede completar cuestionarios en cualquier dispositivo con conexión a internet. Además, permite la generación automática de porcentajes en

gráficas muy pertinentes, insumos que son utilizados por el investigador para el análisis de la realidad indagada.

Luego de preparada la encuesta en dicha plataforma, se procedió a enviar un link o enlace a los estudiantes a través de la red social WhatsApp. Al mismo tiempo, se les solicitó su colaboración y se les explicó el propósito del estudio. Una vez completado el instrumento, se procedió a analizar los resultados. Se interpretaron los porcentajes generados por la aplicación y se resaltaron los más elevados en cada caso. Estos datos sirvieron de base para discutir los resultados y presentar las conclusiones a las que arribó este breve estudio.

Resultados

A seguidas se presentan y describen los gráficos que se consideran más importantes para los objetivos de este artículo. De los mismos, se ha generado la discusión de los resultados y, más adelante, se desglosarán las conclusiones generales de esta investigación.

¿Ha visto y/o compartido memes en sus redes sociales?

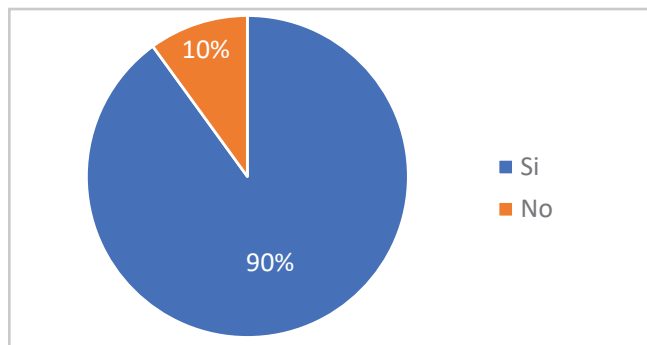


Figura 5: Respuestas de los participantes

El 90% de los estudiantes encuestados afirmó haber visto o compartido memes en sus redes sociales.

¿Por medio de cuáles redes usted comparte, más a menudo, memes digitales?

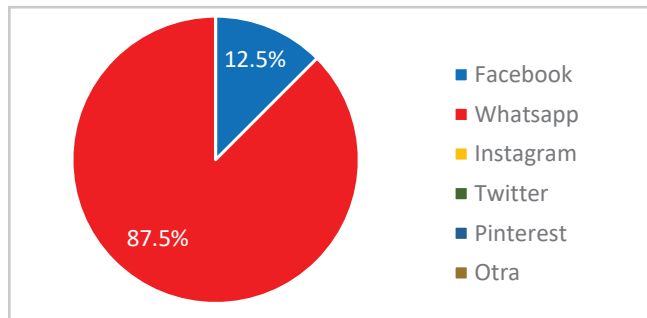


Figura 6: Respuestas de los participantes

87.5% de los encuestados comparte memes digitales por medio de la red social WhatsApp.

¿Cuántas veces al día publica memes digitales en sus redes sociales?

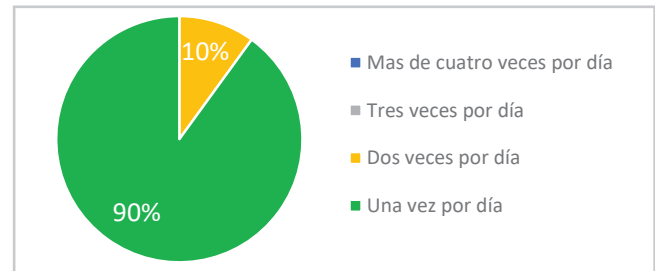


Figura 7: Respuestas de los participantes

El 90% de los participantes en este estudio afirma que, por lo menos, publica memes digitales una vez por día.

Cuando reenvía o comparte un meme es porque:

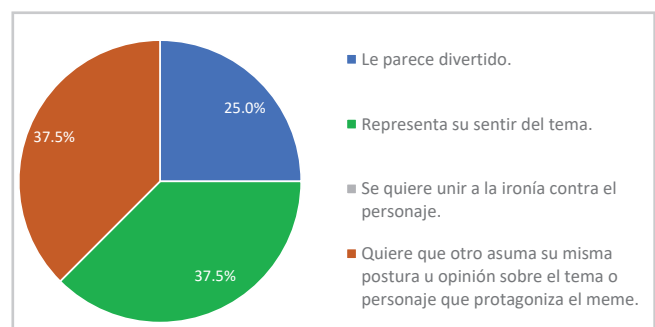


Figura 8: Respuestas de los participantes

El 37.5% de los estudiantes plantea que comparte memes digitales porque quiere que otros asuman su postura u opinión sobre el tema o personaje que lo protagoniza. Ese mismo porcentaje afirma que lo hace porque el meme en cuestión representa su sentir hacia el tema. Por su parte, un 25% de ellos sostiene que comparte un meme simplemente porque le parece divertido sin pensar en el efecto discursivo que provocará.



Figura 9 Meme #5 Fuente: <https://comofriki.com/que-es-un-meme-ejemplos/>

¿Con qué intención publicaría un meme como este en sus redes sociales?

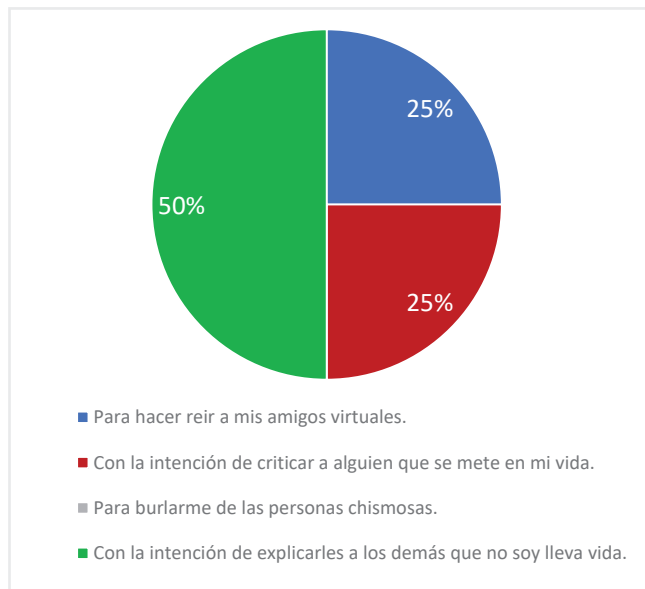


Figura 10: Respuestas de los participantes

El 50% de los encuestados explica que la intención con la cual publica un meme como ese es la de justificarse ante los demás pues no quiere que lo identifiquen como una persona chismosa o lleva vida. Por otro lado, 25% de ellos lo hace para criticar a alguien que se mete en su vida. Otro 25% indica que su intención sería hacer reír a sus amigos de las redes sociales.

¿Qué factores situacionales son los más influyentes para lograr el efecto u objetivo con el que se concibe un meme?

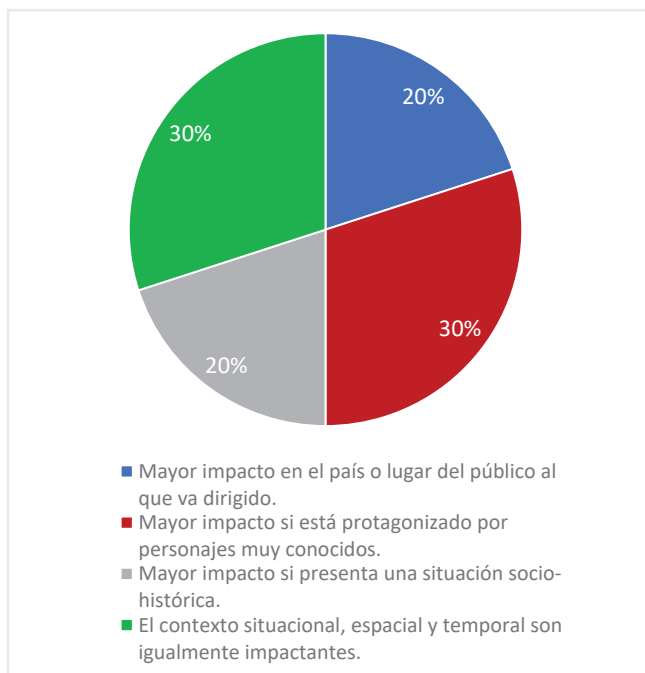


Figura 11: Respuestas de los participantes

El 30% de los estudiantes consultados considera que el contexto situacional, espacial y temporal son igualmente impactantes para el efecto discursivo del meme; asimismo, otro 30% piensa que el meme causa mayor impacto si está protagonizado por personajes muy conocidos.

Mátalos a todos Mark, conoces bien sus nombres...



Figura 12 Meme #6 Fuente: <https://www.dopl3r.com/memes/graciosos/despues-de-que-le-das-ride-a-tu-amigo-bor?new=1ypage=2>

¿Qué tanto comprende el mensaje de este meme?

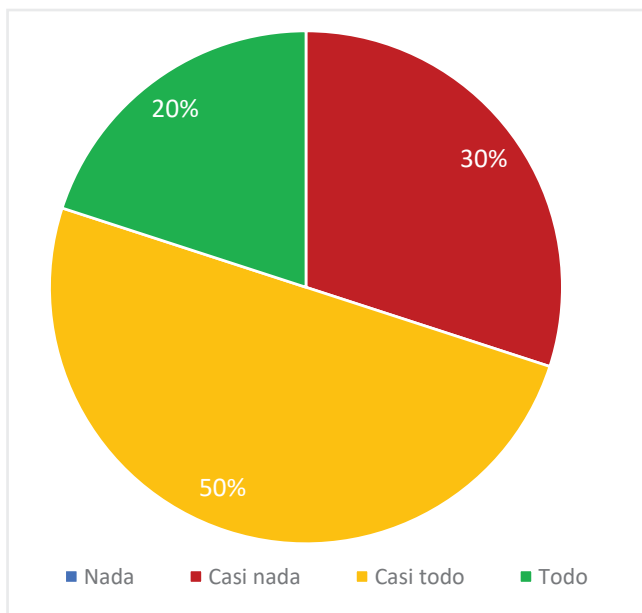


Figura 13: Respuestas de los participantes

El 50% de las personas que participaron en esta investigación manifestó que comprendió casi todo el mensaje plasmado en el meme anterior; sin embargo, un 30% de ellos indicó que no entendió casi nada del mismo.

¿Quiénes son los enunciatarios o receptores ideales del mensaje del discurso anterior?

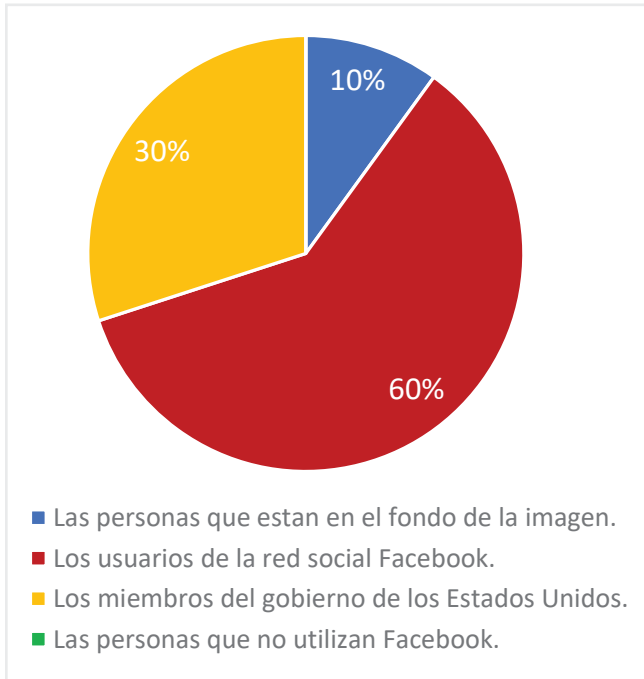


Figura 14: Respuestas de los participantes

El 60% de los estudiantes que completaron la encuesta afirmó que los enunciatarios del mensaje del meme antes visto son los usuarios de la red social Facebook. Por otra parte, 30% de ellos dice que iba dirigido a los miembros del gobierno de los Estados Unidos.

¿La extensión del texto permite que se capte totalmente su mensaje?

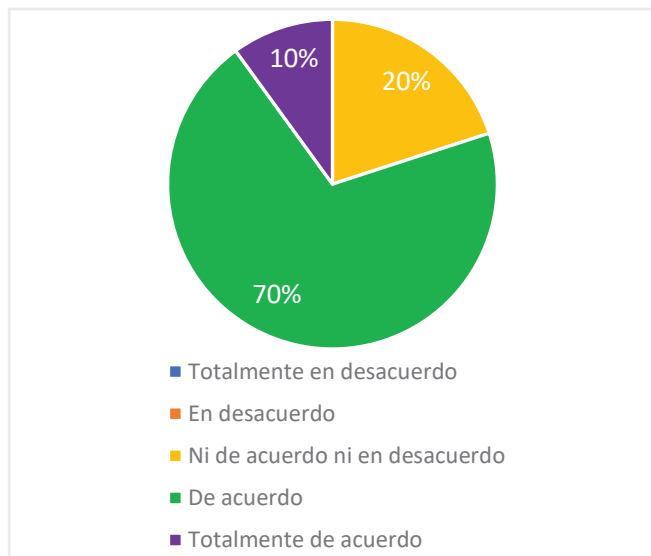


Figura 15: Respuestas de los participantes

Un 70% de los encuestados piensa que la extensión del meme anterior permite que se capte totalmente el mensaje que contiene.



Figura 16 Meme #7 Fuente: <http://www.juventudrebelde.cu/internacionales/2018-01-16/trump-da-risa-fotos>

¿Considera que la ironía de este meme incide en que sus destinatarios cambien su concepción sobre el personaje que está siendo ridiculizado?

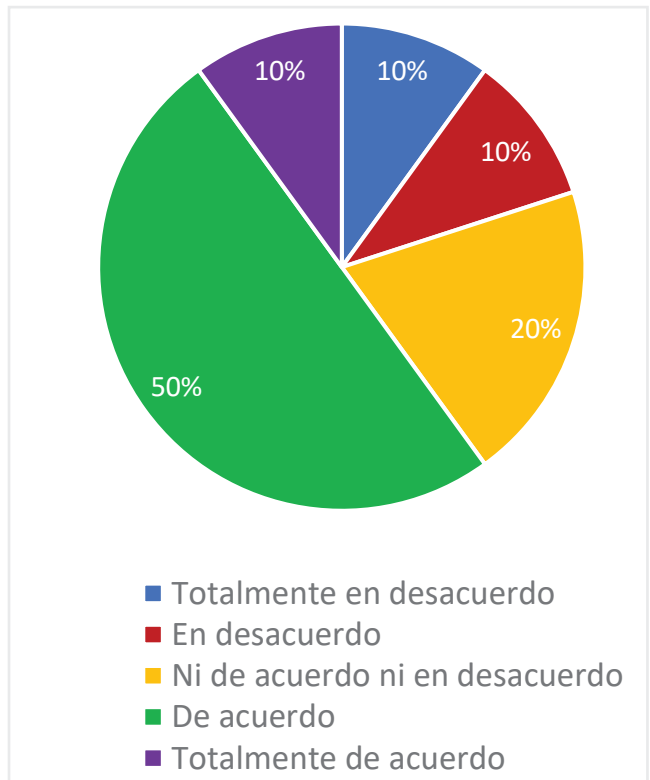


Figura 17: Respuestas de los participantes

El 50% está de acuerdo con que la ironía del meme de referencia incide en que sus destinatarios cambien su concepción sobre el personaje que está siendo ridiculizado.

A partir de este meme, ¿qué opinión tiene del presidente de E.E.U.U?

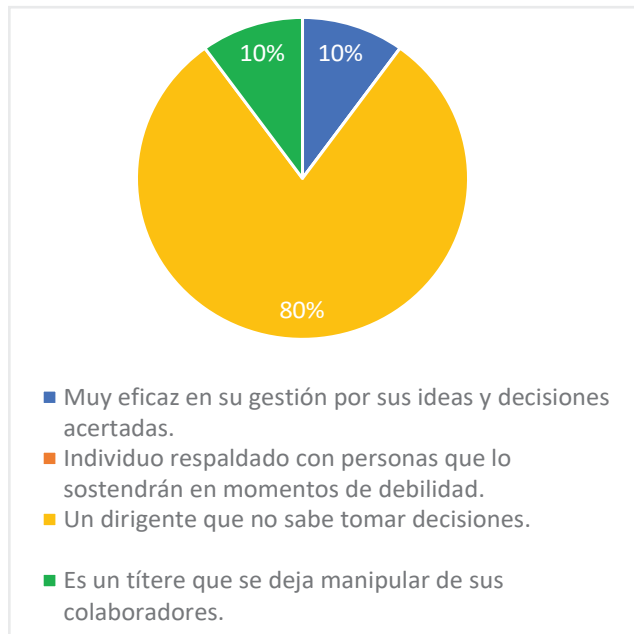


Figura 18: Respuestas de los participantes

A partir del análisis del meme anterior, el 80% de los estudiantes opina que el presidente de Estados Unidos es un dirigente que no sabe tomar decisiones.

Discusión y conclusiones

Estos datos indican que, entre otras cosas, los memes digitales son, definitivamente, un recurso discursivo de gran impacto social. La mayoría de los encuestados los han visto y/o utilizado en los entornos virtuales donde interactúan. Ellos afirman que comparten memes digitales por redes sociales como WhatsApp y Facebook. También, han explicado que los publican por lo menos una vez por día. La intención de sus divulgaciones de memes digitales responde a varias causas: exponer a otros sus actitudes; representar su sentir sobre el tema expuesto en el meme; persuadir a otros para que asuman su postura sobre determinado asunto; criticar a otros usuarios; hacer reír a quienes les siguen en las redes sociales. A partir de esta realidad, se puede asegurar que los memes digitales han logrado penetrar en el gusto popular porque desempeñan una función social fundamental: comunicar un tema con una intencionalidad definida. Para Pérez, Aguilar y Guillermo (2014), todos los memes desempeñan un conjunto de funciones sociales, las cuales, casi siempre, se pueden deducir de forma directa. Con relación a los memes compartidos en este breve estudio, los datos recolectados indican que la significación y funcionalidad de estos depende, de igual manera, del contexto situacional, espacial y temporal donde se comparten.

Por otro lado, quedó evidenciado que la parte fotográfica de los memes es la que más llama la atención de los usuarios de las redes sociales. Esto demuestra que en estos entornos la comunicación se fundamenta, sobre todo, en lo gráfico y, en segundo plano, en lo lingüístico. La construcción de discursos funcionales en los memes requiere, en los grados señalados, estas dos características. Se puede verificar lo antes explicado en los memes donde se utilizan imágenes de Mark Zuckerberg y Donald Trump. El primero se fundamentó más en lo lingüístico. Esto provocó confusión en algunos estudiantes, mientras que en el segundo la carga significativa se sostuvo en la imagen. Aunque, también, debe especificarse que en la localidad donde se llevó a cabo el estudio puede que no conocieran tan de cerca el caso de Mark Zuckerberg.

Alarcón (2017) sostiene que en algunos memes el impacto viene por el uso lúdico e ingenioso de las palabras, pero, además, una de las características principales de los memes es la brevedad. Esto permite que su comprensión sea más rápida. Por otra parte, como se explicó y demostró más arriba, desde el punto de vista lingüístico, los memes representan una situación de enunciación construida por un locutor que se proyecta como un enunciador que desea convencer o ridiculizar a un personaje para causar un impacto en un enunciatario determinado, por eso, este tipo de discursos se caracteriza por la utilización de recursos retóricos como la ironía. Esta última, regularmente, utilizada para la composición de mensajes satíricos.

Los memes son manifestaciones culturales que han logrado integrarse a los espacios virtuales, sobre todo, en las redes sociales. La mayoría de los usuarios los utilizan para compartir sus inquietudes, en otras palabras, para manifestar sus sentimientos, ideas u opiniones de una forma más dinámica y divertida. El único problema de esta práctica social radica en que, en muchas ocasiones, los mensajes que se comparten pueden lastimar la sensibilidad de otras personas.

Desde otro punto de vista, se hace imprescindible destacar que los memes digitales, también, simbolizan un recurso didáctico muy pertinente. Como ha quedado demostrado, estos representan elementos discursivos analizables, por lo que pueden ser utilizados por los docentes para proponer su estudio y, posterior, producción. Con ello, se favorece el perfeccionamiento de las competencias lingüísticas que todo estudiante necesita. Además, “permiten el desarrollo de habilidades digitales, como la búsqueda y selección de información, la edición de contenidos y su difusión en la red” (Arango, 2014, p.5). En tal sentido, la utilización didáctica de memes digitales, igualmente, promueve el tan anhelado acercamiento entre las nuevas tecnologías y la educación.

En fin, la comunicación digital está invadida por la utilización de estos recursos. Los cuales, en la actualidad, representan la forma más dinámica de transmisión de datos. En este orden, se puede asegurar que los memes cumplen con la función que Richard Dawkins (1976)

les adjudicó desde el principio: replicar elementos culturales. Por lo cual, estos recursos digitales deben ser objeto de permanentes análisis en las aulas y debe seguirse indagando sobre su efecto en la conformación de la cultura dada la rapidez en que son consumidos por los internautas.

Referencias

- Alarcón, V. (2017). Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red: el caso de los memes sobre filósofos. *Revista de comunicación*, 16 (1), 122-146.
- Austin, J. L. (1982): *Cómo hacer cosas con palabras: palabras y acciones*. Barcelona: Paidós.
- Bassols, M. y Torrent, A. (2012). *Modelos textuales. Teoría y práctica*. 3era edición. España: Octaedro.
- Bajtín M. (1982) *El problema de los géneros discursivos. En Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Barcelona, España: Paidós.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir: manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel. Recuperado de <https://universitas82.files.wordpress.com/2013/08/las-cosas-del-decir.pdf>
- Castañeda, A. (2017). *Expresión popular en el espacio virtual: estudio de los memes de internet como manifestación de la realidad peruana y sus situaciones desde la teoría del signo de Charles S. Peirce y la teoría memética de Richard Dawkins*. 2017 (Licenciatura en Ciencias de la Comunicación). Universidad César Vallejo. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1042/casta%C3%B1eda_ma.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Barcelona: Editorial Grupo Planeta.
- Chango, K. (2018). *Representaciones acerca del mundo indígena contemporáneo. Análisis discursivo de memes de dos páginas de Facebook: "Crudo Ecuador" y "Ecuatoriano hasta las huevas"*. Ecuador: Universidad Central del Ecuador
- Dawkins, R. (2000). *El gen egoísta*. Barcelona: Editorial Salvat.
- Ducrot, O. (1990). *Polifonía y argumentación*. París, Francia: Universidad del Valle
- Ducrot, O. (1984). *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Barcelona: Paidós.
- García, J. L. (2000). *Las figuras retóricas. El lenguaje literario 2*. 2da edición. España: Arcos libros.
- González, F. y Herrera, E. (2014). *Análisis crítico del discurso de los "memes" alusivos al debate sobre paramilitarismo (2014) del Congreso de la República de Colombia*. (tesis de licenciatura). Colombia: Universidad del Valle. Recuperado de <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/9577/1/CB-0539462.pdf>
- Grice, H. P. (1975). «*Logic and conversation*». En P. Cole y J. L. Morgan (eds.). *Syntax and Semantic. Speech Acts*. Nueva York: Academic Press.
- Martínez, M. C. (2002). *Estrategias de la lectura y escritura de textos: Perspectivas teóricas y talleres*. Cátedra UNESCO para el Mejoramiento de la Calidad y Equidad de la Educación en América Latina en base a la Lectura y la Escritura. Unidad de Artes gráficas, Facultad de Humanidades. Universidad del Valle, Colombia.
- Moreno, F. (2005). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje. 2da edición*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Pérez, G., Aguilar, A., y Guillermo, M. (2014). El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27 (75), 79-100.
- Prensky, M. (2010). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Institución Educativa SEK. Distribuidora SEK, S.A. Recuperado de [https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- Rey, N., Marmolejo, M. C., Grob, M., y Bartolomé, D. (2018). El meme de Internet en la enseñanza del diseño como herramienta de síntesis y análisis crítico. *Universidad y Sociedad*, 10(1), 242-247. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Schwarz, O. (2011). Who Moved my Conversation? Instant Messaging, Intertextuality and New Regimes of Intimacy and Truth. *Media Culture Society*, 33 (1), 71–87. (DOI: 10.1177/016 34 43710 385501).
- Vélez, J. (2012), "Los memes de Internet y su papel en los medios de comunicación mexicanos", en AMIC (2012). La investigación de la comunicación y su incidencia social. Análisis sobre la construcción del campo de estudio y la producción de conocimiento. Memorias del XXIV Encuentro Nacional de la AMIC, Saltillo, Coahuila, México.
- Yus, F. (2003). *Cooperación y relevancia: Dos aproximaciones pragmáticas a la interpretación*. Universidad de Alicante. Edición electrónica: Espagracic.