



Los memes como posibles agentes transformadores del lenguaje en la red social virtual y en la red social física entre los jóvenes del grupo Jesucristo de Facebook

Juan Diego Rosero Rivera

Trabajo de grado presentado para optar al título de Comunicador Social - Periodista

Tutor

Diana Ramírez Jiménez, Doctor (PhD) en Educación.

Universidad de Antioquia
Facultad de Comunicaciones y Filología
Comunicación Social - Periodismo
Apartadó, Antioquia, Colombia
2022

Cita	(Rosero, Rivera 2022)
Referencia	Rosero Rivera, J D. (2018). [Trabajo de grado profesional]. Los memes como posibles agentes transformadores del lenguaje en la red social virtual y en la red social física entre los jóvenes del grupo Jesucristos de Facebook Universidad de Antioquia, Apartadó, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda Céspedes.

Decano/director: Edwin Carvajal Córdoba.

Jefe departamento: Juan David Rodas Patiño.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Agradecimientos

En primera instancia agradezco encarecidamente a todos aquellos que prestaron su tiempo y tuvieron plena confianza en mí para poder desarrollar mi trabajo investigo a cabo. Además, también un pleno agradecimiento a aquellos miembros y administradores de la comunidad Jesucristos de Facebook, que de no haber sido por ellos no habría sido posible llevar a cabalidad la presente investigación.

En segundo lugar, agradezco en gran medida a la profesora Diana Ramírez Jiménez, quien confió y me ayudo a desarrollar mi investigación de una manera óptima, además de alentarme en confiar plenamente en una investigación sobre un tema tan poco explorado en el área comunicativa como lo son los memes.

En tercer y último lugar, agradezco a mi familia: Madre, padre y hermanos. Quienes además de apoyarme en mis procesos académicos me motivaron a la hora de iniciar esta investigación y se interesaron por su proceso.

Tabla de contenido

Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
Planteamiento del Problema	12
Los objetivos de la investigación	15
Objetivo general:	16
Objetivos específicos:	16
Estado del arte	17
Marco teórico	23
Diseño metodológico	28
Resultados	32
Línea de Tiempo del grupo Jesucristos en Facebook	32
Matriz de contenidos	34
Entrevistas semiestructuradas	46
Discusión	49
Conclusiones	59
Referencias	61
Anexos	63
Línea de tiempo de sucesos relevantes acontecidos en el grupo Jesucristos de Facebook	63

Lista de tablas

Tabla 1 *Tabla de relación: Objetivos y Resultados.* 31

Tabla 2 *Matriz de contenidos* 35

Lista de figuras

Ilustración 1 <i>Memes no memes</i>	36
Ilustración 2 <i>Memes de cambio de diálogo</i>	36
Ilustración 3 <i>Meme de plantilla</i>	37
Ilustración 4 <i>Meme de shitposting</i>	37
Ilustración 5 <i>Meme anime</i>	38
Ilustración 6 <i>Meme código</i>	38
Ilustración 7 <i>MemeCat</i>	39
Ilustración 8 <i>Meme sexualizado</i>	39
Ilustración 9 <i>Meme dinámico</i>	40
Ilustración 10 <i>Memes de representación de la realidad</i>	40
Ilustración 11 <i>Meme Admins</i>	41
Ilustración 12 <i>Meme cheems</i>	41
Ilustración 13 <i>Meme humor negro</i>	42
Ilustración 14 <i>Meme sad</i>	42
Gráfico 1 <i>Memes publicados en 2020 por miembros del grupo Jesucristos de Facebook</i>	43
Gráfico 2 <i>Memes más reaccionados</i>	44
Gráfico 3 <i>Memes menos reaccionados</i>	45
Gráfico 4 <i>Memes menos comentados</i>	45
Gráfico 5 <i>Memes más comentados</i>	46

Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo analizar cómo los memes han sido agentes transformadores del lenguaje en la red social virtual y física. Para hacerlo, se realizó una observación del contenido del grupo Jesucristos de Facebook, categorizando y clasificando 234 memes publicados en el año 2020; también se entrevistó al creador del grupo, una exadministradora y tres miembros para indagar sobre su experiencia con los memes en la virtualidad y en la vida real. Se encontró que los memes fueron el lenguaje más usado por los miembros del grupo, tanto en la plataforma virtual, donde se publicaron más de 234 memes sobre temas diversos; como en las integraciones mensuales que se realizaron, en las que usaban expresiones propias de memes que compartían en el grupo o que fueron virales en las redes sociales. Esto, llevó a concluir que el meme no solo es un elemento humorístico si no también un elemento capaz de comunicar realidades sociales, políticas, culturales y personales, además de ser un componente fundamental en los procesos comunicacionales actuales gracias al alcance y el auge que han tenido alrededor del mundo y en diversas poblaciones sociales. Una de estas es la comunidad “Jesucristos” de Facebook, los cuales gracias a la identidad comunitaria y los procesos dinámicos y sociales que gestan en las redes sociales virtuales y físicas adoptan al meme como un agente transformador del lenguaje en sus prácticas comunicativas diarias, consciente e inconsciente mente.

Palabras clave: memes, agentes transformadores del lenguaje, red social virtual, shitposting

Abstract

This research aimed to analyze how memes have been transforming agents of language in the virtual and physical social network. To do so, an observation was made of the content of the "jesuscritos" group on Facebook, categorizing and classifying 234 memes published in 2020; The creator of the group, a former administrator and three members were also interviewed to inquire about their experience with memes in virtuality and in real life. It was found that memes were the language most used by the members of the group, both on the virtual platform, where more than 234 memes on various topics were published; as in the monthly integrations that were carried out, in which they used expressions of memes that they shared in the group or that went viral on social networks. This led to the conclusion that the meme is not only a humorous element but also an element capable of communicating social, political, cultural and personal realities, as well as being a fundamental component in current communication processes thanks to the scope and boom that have had around the world and in various social populations, one of these being the Jesus Christ community on Facebook. Which, thanks to community identity and the dynamic and social processes that take place in virtual and physical social networks, adopt the meme as a transforming agent of language in their daily communicative practices, consciously and unconsciously.

Keywords: memes, language transforming agents, virtual social network, shitposting

Introducción

Con la presente investigación se pretende indagar acerca de cómo los memes han sido agentes transformadores de las prácticas comunicativas que se gestan tanto en los entornos físicos y virtuales entre los jóvenes del grupo Jesucristos de Facebook. Dicho interés parte principalmente de mi curiosidad como miembro de la comunidad de ver que el meme era utilizado por sus miembros no meramente como un elemento gráfico capaz de entretener o comunicar algo a través de la sátira o la comedia sino como un código creado a partir de procesos de creación de identidad comunitaria que dan paso a la creación a un lenguaje basado en preocupaciones críticas locales y no a un lenguaje común.

Gracias a él interés por indagar sobre esto, elabore una ruta de investigación que me permitiera analizar cómo los memes han sido agentes transformadores del lenguaje tanto en las redes sociales virtuales como en las redes sociales físicas entre los miembros del grupo Jesucristos de Facebook. Este análisis, se realizó tanto en la presencialidad como en la virtualidad gracias a que los procesos comunicacionales que se gestan entre los dos tipos de redes, son distintos, pero a su vez similares. Este estudio es necesario gracias a que ambas redes sociales dependen una de otra debido a las dinámicas sociales únicas que se gestan a través de los dos escenarios propuestos, en donde se destaca el meme como un elemento utilizado para comunicar tanto en la red social virtual como en la red social física. El enfoque de esta investigación es de índole cualitativo con alcance exploratorio, y soportada además por la Netnografía o Etnografía Digital.

Abordar este tema es necesario e importante para nuestro campo disciplinar, y en vista de que los memes son un tema poco explorado y que a su vez tiene una carga fuerte en los procesos comunicativos entre los jóvenes, tanto en la web 2.0 como en la red social física se hace necesario identificar la manera en que los procesos comunicativos a partir del lenguaje cambian, y detectar si el uso de los memes se da de manera consciente o inconsciente a la hora de establecer cualquier tipo de comunicación en cualquier tipo de relación social, sea desde la red 2.0 o la red física.

Dicho lo anterior el objetivo general de esta investigación es analizar como los memes son agentes transformadores del lenguaje, tanto en la red social virtual como en la red social

física entre los miembros del grupo Jesucristos de Facebook. Para resolver este objetivo general se hace indispensable pensar en rutas que nos ayuden a dar respuestas óptimas, dichas rutas se ven principalmente reflejadas en los objetivos específicos de la investigación los cuales son:

- Identificar cómo los miembros de la comunidad Jesucristo hacen uso del meme en las redes sociales virtuales y las redes sociales físicas.
- Caracterizar los memes de internet replicados y producidos por la comunidad Jesucristos de Facebook para evidenciar el lenguaje particular que utilizan sus miembros para comunicarse.
- Contrastar cómo los memes han sido agentes transformadores del lenguaje en la red social virtual y en la red social física.

Y se responden o se logran concretar a través de herramientas de recolección como lo son las entrevistas semi estructuradas, el análisis de discurso, los grupos de discusión y además la creación de matrices y categorías para la clasificación de contenidos meméticos utilizados por la comunidad.

Planteamiento del Problema

Con el gran auge de las redes sociales se han ido creando los “memes” Imágenes, vídeos y frases particulares que son usadas para poner en contexto situaciones vividas, conceptos, ideas y sentimientos que regularmente se expresan a través de los medios virtuales.

poniendo un ejemplo, Davison (2012) plantea que un meme de Internet es una pieza de cultura, típicamente una broma, que gana influencia a través de la transmisión en línea. Si bien no todos los memes de Internet son bromas, compararlos con bromas sin conexión deja en claro lo que los hace únicos en Internet: la velocidad de su transmisión y la fidelidad de su forma.

Sin embargo, su aparición no se da dentro de los espacios virtuales. El meme no siempre fue lo que es ahora, o esto se puede ver en su significado. La palabra meme surge en 1976 por el biólogo evolutivo Richard Dawkins. Él, en su libro “El gen egoísta” (1976) nos informa sobre qué es un gen, y lo define como una molécula almacenada en el ADN, y que de ellos dependen factores físicos de las personas. Dawkins, afirma que dichos genes sufren mutaciones, y además agrega que, así como existe una unidad de información biológica debería existir a su vez una unidad de información cultural, la cual nombró como “meme”.

Un meme entonces podría ser conocido como un elemento que puede establecer diferentes tipos de ideas, costumbres o comportamientos que quizás puedan ser adoptados por cualquier persona.

Dichas características podrían ser similares con el lenguaje y la manera en la que nos comunicamos. Pasamos de un lenguaje pictórico hecho en rocas, a un lenguaje hecho en digital que además de haber mutado en su canal de difusión, también lo ha ido haciendo en forma, ya que los mensajes que se reproducen allí se pueden hacer de manera gramatical, o pictórica y además con un lenguaje completamente distinto al de siglos anteriores.

Dawkins (1976), comenta que los memes tienen tres características particulares, las cuales podrían extraerse como elementos que coinciden con las características que adoptan los memes de ahora:

- La primera es la Fidelidad: Definida como la facilidad de identificación por más que se reproduzca, haciendo referencia a la veracidad o exactitud de lo que se quiere llegar a dar con lo que se transmite.

- La segunda, la fecundidad: Vista cómo el que tanto puede reproducirse y recorrer dicho mensaje o acción dejando así claro su alcance.

- Y por último, su Longevidad: La cual se analiza dependiendo en que tanto dura el mensaje o la acción en la memoria colectiva.

Estas tres características podrían ser de utilidad para identificar qué tanta vigencia tiene un meme hasta ahora o qué impacto llegó a tener en la sociedad, ya que los memes intervienen en las prácticas sociales y son transformadores de elementos lingüísticos y culturales. Y es que, en 2013, Dawkins puso en juicio que el meme de internet es en sí una modificación de su concepto original.

La visión del meme ha ido mutando en sí desde dicha afirmación, y es que las modificaciones que ha sufrido el concepto original de este término han sido de manera consciente por los ciber usuarios con el fin de dejar una huella digital, ósea un gen o un distintivo que caracterice la comunicación interna en las redes sociales virtuales, específicamente en sus comunidades.

Los primeros cambios que sufre el meme se dan en foros como Reddit, 4chan y Tumblr en Estados Unidos ya que en estas comunidades comienzan a crear distintos códigos que la gente adoptando con el tiempo. Según Henríquez (2020) “hubo una diversificación de grupos, los cuales empezaron a construir su propio material y a diferenciarse del de los demás”. (p.16)

Teniendo en cuenta lo anteriormente dicho, los memes dieron lugar a nuevas formas de comunicación en los entornos virtuales y esto gracias a que entendemos la cultura como un conjunto de significados compartidos. Los memes nos podrán permitir relacionarnos con personas con las mismas bases culturales que se deconstruyen con el tiempo.

Este conjunto de significados compartidos ya ha sido estudiado anteriormente en el campo de las comunicaciones, y fue desde un modelo matemático, específicamente el de Shannon y Weaver en 1949. Ellos denominan a este conjunto de significados “códigos” y dicen que para que exista un proceso comunicativo deben emplearse elementos lingüísticos distintivos entre el que transmite el mensaje y el receptor.

Maffesoli (como se citó en Pérez, 2014) comenta que dichos códigos comunes permiten hablar de la existencia de comunidades de sentido, en torno a las que se construyen referentes que

operan como unidades culturales que permiten la articulación de un conjunto particular de actos comunicativos, y que además pueden proveer de sentidos identitarios.

En la actualidad, los memes se han convertido en una de las formas más usadas para educar, contextualizar, informar y además formar a las personas. Esto, haciéndolo desde los diferentes escenarios políticos, sociales, culturales, económicos y educativos. El meme además ha tenido un impacto notorio por la facilidad en la que transmite el mensaje que se quiere llegar a dar, sea por copy (texto) o por lo pictórico (imagen).

Y es que el meme tiene un impacto mundial y se ha ido transformando a lo largo de los años, proponiendo así nuevos códigos comunicativos que parten desde la deformación del meme en la cultura cibernética.

En Colombia, esta forma de comunicarse se visualiza en diferentes redes sociales como lo son Facebook, Twitter, Instagram y Youtube e incluso, sitios de stream como lo son Twitch. En estas, se crean grupos donde exclusivamente se publican memes humorísticos, que los adolescentes utilizan para socializar en su diario vivir, y estos además tienen como contexto situaciones que muchas de las veces son reales, y por eso sobresalen y se reproducen con facilidad.

También existen páginas en las redes sociales para el consumo de memes sobre situaciones del acontecer nacional e internacional. Entre las más conocidas en el país están: “Memes Colombia”, “Estados Colombianos”, “El brayan” entre otras... Estas “Fan page” de cierto modo crean un tipo de opinión e interacción entre sus usuarios que en la gran mayoría son adolescentes, y consumen este contenido casi que a diario.

En Urabá, específicamente Apartadó, Antioquia se creó un grupo de Facebook llamado “Jesucristos” Un grupo privado en donde la mayoría de sus integrantes tienen edades entre los 14 a 24 años, estos usan los memes de internet día a día para comunicarse entre ellos, lo que evidencia un cambio rotundo en la manera en que las nuevas generaciones se comunican.

Sus integrantes, a través de los memes, dan a conocer sus estados de ánimos, preferencias ideológicas, informan sobre sucesos relevantes o simplemente usan el meme como un simple método de entretenimiento.

Jesucristos no es el único grupo de Facebook de la región. Existen grupos más grandes como “El combo”, “Memes Urabá”, “Parches Urabá” Etc. Estos grupos también tienen dinámicas

comunicacionales que parten del meme, sin embargo, se encargan de informar de manera cómica o despectiva de sucesos que acontecen en la región o el mundo, a diferencia de “Jesucristo” que es un grupo de integración en donde se busca crear una comunidad activa en donde los jóvenes pertenecientes interactúen entre sí manteniendo así un flujo de información, comunicación y diálogo constante entre sus integrantes en las redes virtuales.

De la manera particular en la que se comunican los miembros de esta comunidad privada (cerrada) de Facebook, surge esta investigación, y es que por la constante interacción que tienen los miembros del grupo Jesucristos entre sí con memes, se puede comenzar a ver a este no solo como objeto de burla y sátira, o como un objeto que meramente es capaz de informar si no también como un transformador de las prácticas comunicativas. Por lo tanto, esta investigación se centra en poder analizar cómo los memes han sido transformadores de las prácticas comunicativas en entornos físicos y virtuales en los jóvenes del grupo Jesucristo de Facebook, y lograr dar respuestas profundas acerca del meme, sus significados, su uso en los jóvenes y además un poco de su evolución cultural e identitaria.

Teniendo en cuenta lo anterior, surge la siguiente pregunta ¿De qué manera los memes han sido agentes transformadores de las prácticas comunicativas que se gestan con el uso del meme en los entornos físicos y virtuales en los jóvenes del grupo Jesucristo de Facebook?

Los objetivos de la investigación

Objetivo general:

- Analizar cómo los memes han sido agentes transformadores del lenguaje

en la red social virtual y en la red social física.

Objetivos específicos:

- Identificar cómo los miembros de la comunidad Jesucristo hacen uso del meme en las redes sociales virtuales y las redes sociales físicas.

- Caracterizar los memes de internet replicados y producidos por la comunidad Jesucristos de Facebook para evidenciar el lenguaje particular que utilizan sus miembros para comunicarse.

- Contrastar cómo los memes han sido agentes transformadores del lenguaje en la red social virtual y en la red social física.

Estado del arte

El análisis del estado del arte que aquí se desarrolla pretende dar una ruta clara sobre las investigaciones que se han realizado anteriormente acerca de los memes y su uso comunicacional en jóvenes. Teniendo en consideración variables distintas al problema abordado, que parten del uso del meme en comunidades específicas y la implementación de estos en procesos comunicativos que se dan dentro y fuera de los espacios virtuales. Dicha construcción se da a partir de textos cuyas investigaciones se hacen con información general acerca del meme, pero con enfoques distintos en los campos de estudios. El número de investigaciones consultadas e implementadas en este estado del arte fueron cuatro y éstas son nacionales e internacionales.

Con dichas exploraciones y análisis se busca tener un acercamiento más claro al tema a investigar, y además tener cimientos que ayuden a la elaboración de una estructura investigativa sólida y clara. Por estas razones se hará uso de investigaciones recientes, que den cuenta sobre los procesos comunicacionales que se dan en los jóvenes de la generación actual.

Sin embargo, para hablar de la generación actual, sus usos con los memes en un entorno de interacción y los procesos comunicativos que se gestan por estos se debe hacer un acercamiento a su significado e historia.

Para iniciar Castagno (2013), en su trabajo *¿Memes sólo diversión?: el fenómeno de los memes de internet más allá de la humorada*. Se sumerge en un significado amplio de los memes, datando su origen, recorrido, su replicación, y además dejando en claro que el meme, más que un elemento humorístico surge de una configuración social que busca comunicar más allá de lo escrito o lo verbal, además aclara que estos elementos, nos son solo visuales, y que se pueden observar, en cualquier lugar del planeta sin estar mediados incluso por una red social virtual. Además, define el meme como un virus cultural, el cual se propaga por la replicación de la información, y que además está se puede modificar para así lograr configurar de una u otra forma el mensaje que el autor quiere llegar a dar. Uno de los elementos más importantes que se manejan en este estudio, es el meme como agente político social, cultural y formador de realidades, lo que quiere decir que Castagno (2013) considera al meme como un agente capaz de servir como formador o elemento educador.

Por esta misma línea, Belén (2019) guía, su investigación *“los memes y su impacto comunicacional en los adolescentes de 14 a 16 años”* y la lleva a cabo en una institución

educativa de su país, Ecuador. De esta investigación surgen diversas respuestas, entre ellas: Cómo el meme ha impactado directamente en las dinámicas comunicacionales de miembros específicos de una comunidad, incentivando así, el uso de lenguajes propios de la red para de esta manera dar a conocer sus estados de ánimo, sus preferencias ideológicas y además sus gustos específicos por algún tipo de humor, Belén (2019) deja en claro, que estas dinámicas se gestan a través de grupos sociales virtuales, que surgen de plataformas como Instagram, Facebook, Twitter y Youtube, marcando estas, como pioneras por su largo trayecto y constante uso en la red virtual por los cibernautas.

Belén (2019) además, comparte la postura de Castagno (2013) acerca del meme, viéndolo no como un elemento meramente humorístico, si no como uno que puede impactar directamente en la manera en que un individuo o grupo pueden comunicarse. Sin embargo, ve más allá del meme, y su forma actual. Observa que la Representación pictórica, o textual de estos no es la única forma en la que este se muestra, sino que también se puede dar desde la representación audiovisual, y afirma que su uso y replicación se expanden a una mayor población consumidora de este tipo de elementos, lo cual facilita el alcance a diversos tipos de grupos o personas, entre ellos los jóvenes. Estos hacen uso diario del meme, sea por replicación de éste o por creación de nuevo contenido a partir de una idea ya predeterminada por otro ciber usuario.

Belén (2019) pone en consideración que estas no son las únicas dinámicas nuevas que se dan en el lenguaje gracias al meme, sino que también generan una amplia variedad de léxico gramatical nuevo, que desobedece a reglas ortográficas existentes y que además se convierten en un nuevo código usado por los jóvenes para comunicarse entre sí. De esta idea, surge el interés por Belén, de saber si el uso de estos nuevos códigos de lenguaje, sirven como un elemento que impacte directamente en la educación convencional.

A partir de allí logró demostrar, que el uso de estos elementos gramaticales, pictóricos, audiovisuales y además el uso de códigos particulares de comunicación creados en la red, generan cambios visibles si son empleados por los docentes hacia los jóvenes. Gracias a este uso, logro de una u otra manera crear vínculos directos y facilitar el proceso comunicacional por la facilidad de entendimiento entre palabras que se usaban desde el emisor hacia el receptor, provocando así un mejor proceso educativo con avances positivos para los jóvenes ya que ambas

partes compartían y hacían uso de un código común existente en la red y que fue empleado en un contexto distinto, el educativo.

Con dicha investigación se puede tomar como punto de partida para esta investigación y, además, articular las investigaciones ya mencionadas, y dar además pasó a un elemento que estos dos autores usan y que es de vital importancia en la creación de nuevos contenidos; además de la replicación de estos en la red virtual. Este elemento común es el de las comunidades virtuales y además el uso de un lenguaje particular que se emplea en el diario vivir en las redes por individuos pertenecientes a estos, creando así y fortaleciendo aún más el significado de los “memes” como gen cultural en las redes sociales virtuales.

Uno de los análisis que existen sobre estos procesos de gestación de comunidades es el de Henríquez (2020), en su trabajo, *construcción de identidad a través de memes de internet en la comunidad seguidores de la grasa*. El autor, se adentra a una comunidad de internet que tuvo gran impacto en el año 2018, y hace un análisis acerca de cómo esta y varias comunidades surgieron, y además del interés que surgen de las personas de hacer parte de este tipo de espacios sociales que se gestan en las redes sociales virtuales. Siempre teniendo en consideración el término “identidad”.

Henríquez (2020) en su investigación, deja claro que abordara el meme, como un elemento comunicativo amplio, y afirma que para adentrarse profundamente en este debe dejar de lado el término abordado por Dawkins, el cual es el meme como gen cultural, y del cual Belén (2019) y Castagno (2013) usaron como base sólida para sus investigaciones.

Henríquez, aborda el término de meme, no como gen cultural únicamente, sino que lo comienza a ver como “el meme de internet” y afirma que esto le permite explorar más los campos de las dinámicas comunicacionales, sin dejar de un lado además la base propuesta por Dawkins desde su visión biológica ya que, gracias a estos cimientos, diversos investigadores pudieron llegar a definir el meme desde diferentes focos de estudio.

Henríquez (2020) es uno de estos investigadores que enrutar su análisis del meme a un foco distinto, el cual es el de la creación de identidad a través de memes de internet y pone en claro, que las dinámicas sociales que surgen del meme tienen fuerza y se replican en la red, porque en esta también existen reglas distintas en cuanto a comunidades en línea, y además deja en claro que los memes toman fuerza por el anonimato de sus replicadores o creadores en la red

virtual. En dicha investigación, además permite ver que el término “meme” surge desde Dawkins y la biología, pero además reconoce que el término “meme de internet” nace de las primeras redes sociales virtuales como lo son 4chan, Reddit y Tumblr.

Los memes nacen como una forma burlesca o grotesca de dirigirse con ánimo de ataque a otra comunidad creada en la red virtual, así también como modo de defensa, por lo que la aparición del meme se debe a una rivalidad marcada entre diversas comunidades que se gestaron en estos blogs o redes sociales virtuales. Henríquez (2020) trata de entender este fenómeno en la actualidad, y logra percibir que la replicación o creación de estos memes ya no se dan de esta manera, si no que los memes de internet ahora dependiendo de su ruta son creados o replicados. Con ruta, se refiere a el tipo de meme que pueda llegar a ser dependiendo de su contenido; Humorístico, Social, Político, Cultural, Etc. Por consiguiente, identificó que cada comunidad marca una identidad en sus participantes, por lo que cada participante comparte una idea conjunta acerca de cualquier tema en específico y esto permite dinámicas comunicacionales constantes que se logran gestar a partir de los memes de internet.

Sin embargo, Henríquez (2020) también dice que la identidad en la red se construye a través de las interacciones, por lo cual el meme se puede considerar también como uno de los elementos de creación de identidad en los procesos de gestación social que se da en las redes en cuanto a comunidades.

Gracias a estas investigaciones, Henríquez (2020) logra hacer una exploración amplia por la comunidad de Facebook “seguidores de la grasa”, y descubre que dicha comunidad se formó y tomó fuerza por sus memes de internet con alto contenido de humor grotesco: Memes humorísticos acerca de enfermedades, discapacidades, racismo, etc. Además, se dio cuenta de que dentro de este grupo había una jerarquización en cuanto a “poder”, los administradores y los fundadores ponen reglas específicas para poder generar una convivencia apta entre la comunidad. Dentro de estas normas o reglas se encontraba que los participantes no podían reaccionar de manera xenófoba en los comentarios de memes amarillistas, ya que consideraban que eso era solo humor y no debía traspasar la barrera de lo virtual, si dichos participantes rompían cualquier tipo de regla eran expulsados sin tener permitido la reintegración a este grupo.

Henríquez (2020) además asegura que el constante crecimiento de esta comunidad dio pie a la creación de diversos tipos de códigos, los cuales los usuarios fueron adoptando a su uso poco

a poco. Dichos términos fueron: Momo 19 (Memes de humor negro), Fantasmones (miembros que no interactúan), Verdaderos grasosos (son miembros que dieron cimientos para la creación de identidad al grupo), los nostálgicos (quienes vivieron el nacimiento de la comunidad y dan memoria de esto), Etc.

Así, podemos poner en relación la investigación de Belén (2019) *“los memes y su impacto comunicacional en los adolescentes de 14 a 16 años”* con la de Henríquez (2020), y fortalecer el argumento de que el uso de códigos, y memes en las comunidades de internet generan una mejor interacción entre los usuarios y facilita los procesos comunicacionales entre miembros pertenecientes a una comunidad específica.

Por la misma corriente Muñoz (2014), en su trabajo *El meme como evolución de los medios de expresión social* da cuenta, y afirma, al igual que los investigadores ya mencionados, que el meme surge a partir del término biológico de Dawkins, pero además hace hincapié en que el meme, se ha valido de diversas herramientas que han ayudado a que tome forma en las redes sociales virtuales, una de las herramientas que más menciona la cual es la del afiche, tanto por forma como por texto, ya que los memes comparten rasgos comunes a estos: Dan un mensaje de forma visual, llamativa y lo más importante de forma rápida. Además de este término que le da al meme, Muñoz detecta que este también se divide en forma de “meme-contenido” explicando este término como el uso de expresión social de manera espontánea que tiene una dura capacidad de replicación, y de transformación en las redes, y el cual busca plantear una postura social, política o cultural en las redes sociales virtuales, por lo cual tiene un impacto positivo o negativo en los receptores del mensaje, ósea los demás usuarios, provocando en ellos sentimientos o emociones.

Además de dar un significado y una división un poco más amplia acerca del meme, Muñoz categoriza los tipos de memes dependiendo su forma. Estas divisiones son: Autopromoción, celebridad inadvertida, mitos urbanos, marketing y advertising, edición de imagen y referencias a la cultura pop.

Dichas divisiones se logran dar gracias a que este tipo de memes no han dejado de ser replicados y además sufren transformaciones constantes para mantener una esencia de lo que se quiere comunicar, logrando tener larga vida en las redes sociales virtuales y su vez logrando llegar a miles de cibernautas.

Muñoz (2014) Por otra línea pone en claro que los memes han servido como una herramienta de difusión de formación que han logrado un impacto cultural significativo no solo a niveles nacionales sino mundiales. Esto debido a el surgimiento de memes que manifiestan de una u otra manera una causa común que sobrepasa las barreras de índole nacional, un ejemplo de esto son las diversas marchas estudiantiles por una educación mejor; si bien estas se dan en un lugar específico dependiendo su temporalidad dichas marchas se han podido manifestar en diversos lugares del mundo, y la creación de memes acerca de estas ha generado también un impacto significativo logrando visibilizar el problema, de una manera más sencilla, pero igual de contundente.

Esto, deja en claro que los memes además de ser parte de la red virtual generan impacto en acciones que se dan en una esfera social física, creando espacios de participación ciudadana, de manifestación y además de vínculos sociales que fomentan lo político y lo cultural.

Finalmente, y tomando en cuenta todas las investigaciones ya mencionadas podemos concluir que el meme, no solo es un elemento humorístico si no también un elemento transgresor en las redes capaz de comunicar realidades sociales, políticas, culturales y personales, además de ser un componente fundamental en los procesos comunicacionales actuales gracias al alcance y el auge que han tenido alrededor del mundo y en diversas poblaciones sociales. A partir del meme además se han logrado crear comunidades e incluso códigos para que los cibernautas interactúen entre sí con un lenguaje común, lenguaje que poco a poco ha pasado de estar en las redes virtuales a trasladarse a un entorno físico, creando así nuevas dinámicas comunicacionales mayoritariamente en los jóvenes.

Marco teórico

Se hace necesario plantear dentro de esta investigación ciertas teorías y conceptos que sirvan como ruta para la exploración de los memes, el lenguaje y las redes sociales virtuales y físicas, con el fin de ampliar una visión acerca de estos términos y poder ahondar de mejor manera el objeto de estudio. Por ende, en el presente trabajo se toma como sustento teórico inicial el término de meme acuñado por Dawkins (1976) el, en su libro “El gen egoísta” da cuenta sobre qué es un gen, y lo define como una molécula almacenada en el ADN, y que de ellos dependen factores físicos de las personas. Dawkins, afirma que dichos genes sufren mutaciones, y además agrega que, así como existe una unidad de información biológica existe a su vez una unidad de información cultural, la cual denomina “meme”.

Un meme según Dawkins debe ser visto como un elemento que puede establecer y transmitir diferentes tipos de ideas, costumbres o comportamientos que además de ser adoptados por cualquier individuo en la sociedad pueden ser también replicados.

Dichas características podrían ser similares con el lenguaje y la manera en la que nos comunicamos ya que el lenguaje es dinámico, y puede cambiar dependiendo el contexto social en el que se desenvuelva la persona.

Dawkins, además comenta que los memes tienen tres características particulares:

- La primera es la Fidelidad: Definida como la facilidad de identificación por más que se reproduzca, haciendo referencia a la veracidad o exactitud de lo que se quiere llegar a dar con lo que se transmite.

- La segunda es la fecundidad: Vista cómo el que tanto puede reproducirse y recorrer dicho mensaje o acción dejando así claro su alcance.
- Y por último su Longevidad: La cual se analiza dependiendo en que tanto dura el mensaje o la acción en la memoria colectiva.

Estas tres características podrían ser de utilidad para identificar qué tanta vigencia tiene un meme hasta ahora o qué impacto llegó a tener en la sociedad, ya que los memes intervienen en las prácticas sociales y son transformadores de elementos lingüísticos y culturales que se ven reflejados en los individuos que conforman una sociedad, sin embargo el término “meme” tiene aún más definiciones que se han ido viendo en los últimos años, y dichas definiciones surgen con la llegada de la web 2.0, y las dinámicas que en estas se gestan.

Cebrián (2008) comenta sobre el surgimiento de la web 2.0:

las transformaciones generales de los medios y de la expansión específica de Internet, emerge y se sitúa en vanguardia la denominada web 2.0, una red social, o de relaciones interactivas, abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos: escritos, de audio, de vídeo o integrados en una concepción audiovisual que lleva a los tratamientos multimedia con la incorporación de los complejos modelos de la navegación, los enlaces y la interactividad y que enriquecen los modelos de comunicación interactiva. (p. 346)

En palabras más sencillas Según Cebrián (2008) la web 2.0 es el espacio virtual que se gesta gracias a la interacción de los usuarios con el medio gracias a la aparición de redes sociales que facilitan de uno u otra forma la comunicación entre individuos o un grupo de personas. Cabe resaltar que dicha interacción trajo consigo mayor dinamismo en la red 2.0 gracias a elementos como las fotografías, los videos y los audios los cuales facilitaron y crearon nuevas formas de hacer llegar un mensaje. Además de esto surgen nuevos paradigmas a los tradicionales. El hablar de receptor y emisor en la red 2.0 está mal visto. Cebrián (2008) afirma que dicho proceso se desvanece en la virtualidad ya que en estos espacios de redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, etc. La comunicación es inmediata y fluida, por lo tanto, el papel de receptor y emisor pasa constantemente de persona a persona, gestando así un dinamismo en cuanto al diálogo.

Cebrián (2008) dice, además

Las redes sociales llevan a Internet el universo de los intereses de la vida cotidiana de cada persona o de cada grupo. No queda excluido ningún tema. A pesar de los intentos taxonómicos de los diversos temas abordados en estas redes, inmediatamente quedan desbordados por el nacimiento durante el propio proceso taxonómico de otros cientos de temas. Por tanto, los tradicionales análisis de contenidos adquieren otras dimensiones de mayores complejidades por las trabazones que cada uno de los procesos comunicativos generan. Con esto se da entrada a los hipervínculos dentro de cada sistema expresivo: escritura, sonidos, imágenes y, además, a la integración de unos con otros hasta llegar a una configuración plenamente multimedia. (p. 354)

Y de esta manera es que podemos comenzar a hablar sobre el término de memes de internet, que si bien no es lo mismo a el término de meme dado por Dawkins (1976) con relación a la biología, si comparten elementos precisos como la fidelidad, fecundidad y longevidad lo que deja en claro que el término meme acuñado desde la biología cimienta las bases para que se pueda estructurar una definición concreta al término de meme de internet.

Milner (citado por Henríquez 2020) afirma que

El meme de Internet es la materialización de una cultura mediática de participación que se comunica a través de discursos colectivos participativos en línea, como lo son las ciberculturas, a través de un proceso que incluye la creación, la circulación y la transformación de un contenido en meme. (p.44)

Dicho contenido puede articularse a lo ya anteriormente mencionado por Cebrián, M. (2008) que vendrían a ser esos temas de intereses en la vida cotidiana que surgen por cada persona o grupos de personas en particular, y que se gestan en modo de mensaje para ser publicados, dichos mensajes pueden contener la forma de imagen, vídeo, audio o texto dependiendo la intencionalidad o el formato en el que el individuo o grupo lo quieran presentar. Además, pueden llegar a tener tintes políticos, sociales, culturales o humorísticos.

Cabe resaltar que dichos mensajes pueden ir direccionados a públicos específicos por lo cual tienen una intención particular a la hora de comunicar. En esta instancia el mensaje pasa de ser un simple mensaje a un código común que comparten ciertas personas o grupos de personas.

Maffesoli (como se citó en Pérez, G. et al, 2014) comenta que dichos códigos comunes permiten hablar de la existencia de comunidades de sentido, en torno a las que se construyen referentes que operan como unidades culturales que permiten la articulación de un conjunto particular de actos comunicativos, y que además pueden proveer de sentidos identitarios.

De esta manera vemos cómo los memes pasan de ser simples transmisores culturales a transformadores y dinamizadores del lenguaje, creando así nuevas dinámicas comunicativas que se gestan gracias a la interacción de individuos y grupos en las redes sociales virtuales, en donde la aparición de memes y de nuevos códigos son cada vez mayores gracias a que las mismas comunidades e individuos son los responsables de la gestación y replicación de contenidos meméticos que circulan por todas las redes sociales pertenecientes a la web 2.0.

Por otro lado, los memes y el uso gramatical que poseen también tienen un sentido. Este podemos analizarlo desde la teoría vernacular que para McLaughlin (como se citó en Henríquez, J., 2020)

Se define como las «prácticas de aquellos que carecen de poder cultural y que hablan un lenguaje crítico basado en preocupaciones locales, no el lenguaje hablado por las élites del conocimiento académico» (p. 22)

Por lo cual los cibernautas pertenecientes a comunidades o redes sociales virtuales hacen uso de la creatividad vernacular y comienzan a crear una serie de símbolos y códigos que permiten generar un lenguaje coloquial en la red que facilita la comunicación con las personas que comparten el mismo significado de códigos.

A partir de aquí entonces debemos enfocarnos en esos individuos o grupos que se crean en dichas redes y los cuales adoptan esta peculiar manera de compartir sus pensamientos o ideas que tienen acerca de acontecimientos sociales, culturales, políticos, económicos o de su diario vivir.

Para esto partiremos del uso de información acerca de las identidades culturales e identidades en red, pero antes se debe tener claro que existen diversos conceptos acerca de la identidad y de este modo esta es vista desde muchas aristas o perspectivas.

Henríquez, J. (2020) reuniendo varias definiciones de autores, define la identidad (colectiva) como un proceso que consiste en la producción, ejecución y validación continua de valores, códigos y normas a través de discursos relacionados con las narrativas de la vida propia dentro de una comunidad, lo que implica que este es un

proceso dialéctico que, además de incluir o excluir a individuos de dicho entorno, permite a los miembros construirse en virtud del posicionamiento de dicha comunidad con respecto a otras (p.36)

Dicha identidad colectiva se fortalece y se construye conforme al tiempo en que pueda perdurar la colectividad, y además esta identidad se forja gracias a la representación de sí mismo y del otro en contextos sociales y culturales que permiten cimentar procesos identitarios en colectivos e individuos.

Por otra parte, la identidad en red es una identidad que cambia constantemente y que se forja a través de diversos pensamientos que van desde lo político lo social, lo económico y lo cultural, y qué además se forma y se fortalece a partir de los procesos no visibles de unas personas, como lo es su jerga o su manera de comunicarse.

Yus (citado por Henríquez, J., 2020) Plantea que los rasgos heredados (como la nacionalidad, el sexo, la raza, etc.) resultan menos visibles, mientras que los rasgos adquiridos (formas de comunicación y de relacionarse) se mantienen, aunque con variaciones en la interfaz (se crean marcadores de identidad, jergas, etc.) y los rasgos personales se fragmentan de forma mucho más evidente, ya que el individuo puede asumir múltiples identidades virtuales que se agregan, superponen o reemplazan a la identidad física. (p. 38)

Y desde esta postura podemos analizar y poner en evidencia que los individuos en las redes suelen crear diversos tipos de identidad, y logran acoplarse a los escenarios sociales virtuales dependiendo las posiciones sociales que asuman dichos grupos.

Yus (citado por Henríquez, J., 2020) además define una comunidad como un grupo de usuarios unidos por un vínculo particular: «el deseo de compartir cierto tipo de información, creencia o interés». (p.39)

Dicho deseo se ve manifestado en la replicación de contenidos en formatos de audio, video, fotos, o textos que tienen características identitarias propias o de comunidades que hayan permeado en el individuo, y esto además no solo se manifiesta en la red 2.0 si no que también en un plano social físico real, ya que dichas interacciones en redes pueden ser adoptadas por los individuos y ser trasladadas con el uso del lenguaje, gestos o comportamientos para así manifestarse en esferas sociales alejadas a la virtualidad.

Diseño metodológico

En la presente elaboración del diseño metodológico se tiene como principal finalidad definir la estructura y procedimientos epistemológicos con el fin de dar cuenta de si realmente los memes pueden ser vistos como posibles agentes transformadores del lenguaje en la red social virtual y en la red social física entre los jóvenes del grupo Jesucristo de Facebook.

De esta manera, esta investigación se cimenta a partir del paradigma interpretativo el cual Ricoy (2006) define como la búsqueda de profundizar en la investigación, planteando diseños abiertos y emergentes desde la globalidad y contextualización, sin dejar a un lado la subjetividad y teniendo en cuenta a el sujeto que es visto como un objeto de estudio capaz de compartir significados.

Por consiguiente, se dará uso de este paradigma gracias a que la exploración que se realiza a partir de esta investigación va dirigida a el uso de códigos transmitidos por el lenguaje a través de los integrantes de una comunidad específica en donde, el sujeto y sus prácticas comunicativas se convierten en el objeto de estudio principal de esta investigación.

En segundo lugar, la investigación se desarrollará a partir del enfoque cualitativo la cuál es vista por Salgado (2007)

“En cómo la realidad social está hecha de significados compartidos de manera intersubjetiva en donde el objetivo y lo objetivo son el sentido intersubjetivo que se atribuye a una acción. La investigación cualitativa puede ser vista como el intento de obtener una comprensión profunda de los significados y definiciones de la situación tal como nos la presentan las personas, más que la producción de una medida cuantitativa de sus características o conducta”. (p. 71)

Desde esta perspectiva podemos decir que el papel del enfoque cualitativo en esta investigación es un punto clave a desarrollar gracias a que posibilita de una u otra forma el poder comprender a partir de significados y definiciones el uso frecuente de los memes en el lenguaje cotidiano de los jóvenes pertenecientes a la comunidad de Facebook Jesucristos.

De este modo se logra dar una explicación clara acerca del uso cualitativo en esta investigación y el aporte que brinda para llegar a comprender el fenómeno a estudiar.

Además, es de aclarar que esta investigación tendrá una clasificación direccionada a lo No-experimental que, según Agudelo, G. et al, (s.f)

Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (p. 39)

En esta misma ruta, se direcciona la investigación ya que no se busca intervenir en los pensamientos de los miembros de la comunidad Jesucristos, ni se busca lograr persuadirlos de alguna manera.

Por otra parte, es necesario direccionar el alcance de esta investigación, en este caso será el exploratorio, ya que: “proporciona elementos adicionales que clarifican áreas sobre las que existe poco conocimiento o la información disponible está dispersa. Genera aproximaciones y permite reconocer tendencias.” (Contreras, 2021 p.5)

De acuerdo con lo anterior se debe comprender que enrutar los conocimientos por la vía del alcance exploratorio es necesario ya que el tema de los memes y su auge es muy reciente y además existe poca bibliografía que dé cuenta de los nuevos procesos comunicacionales que se

gestan gracias a estos. De esta manera es apropiado ahondar en este tema, y lograr crear nuevas rutas de conocimiento que se gesten con relación a los memes.

El método elegido para el desarrollo de la presente investigación es principalmente la Etnografía digital o también nombrada Netnografía.

Según Turpo (2008) la Netnografía se presenta como un nuevo método investigador para indagar sobre lo que sucede en las comunidades virtuales. El método deviene de la aplicación de la etnografía al estudio del ciberespacio. Su pretensión transita por erigirse como ciencia de lo que ocurre en la red de redes. Esta pretensión, reclamada por toda disciplina emergente, aún es difusa, porque se presenta más bien como una técnica de investigación de las vivencias en los espacios virtuales. (p.81-93)

Con este método de índole cualitativo, en claras y pocas palabras se busca realizar un análisis de los procesos que se gestan en las redes, en este caso el proceso comunicacional que surge a partir del meme en el grupo Jesucristos de Facebook tomando a los miembros de esta comunidad como objeto de estudio. Dicho análisis parte de la exploración en los entornos virtuales, o la también llamada web 2.0, y un rastreo minucioso de los procesos comunicativos que los miembros de la comunidad Jesucristos tienen, que se da a partir de post compartidos en redes, memes e incluso reuniones virtuales.

Por otro lado, se hará uso también de la observación no participante que según Marshall y Rossman (citados por Kawulich, 2005) es "la descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado" (p.2)

Este método, se escoge con el fin de recolectar información en escenarios en donde los miembros de la comunidad participen activamente haciendo uso del lenguaje, para así poder hacer una recolección de datos de dichos procesos comunicacionales que se gestan en diálogos esporádicos que los individuos pertenecientes a la comunidad tengan entre sí.

Ahora bien, como se mencionó a lo largo de esta investigación, el objeto de estudio son los miembros del grupo Jesucristo de Facebook de Apartadó. Este es un grupo conformado por mil doscientas personas, y de las cuales sus edades oscilan entre los 14 a 24 años, lo cual los convierte directamente en nativos digitales y los hacen un buen objeto de estudio para esta investigación.

Ya presentado el objeto de estudio, se dará paso a los elementos de recolección de información que proponen un desarrollo en tres fases que van de la mano de nuestros objetivos de investigación:

La primera fase corresponde al primer específico planteado, el cual es **“identificar cómo los miembros de la comunidad Jesucristo hacen uso del meme en las redes sociales virtuales.** Para el desarrollo de este se pretende hacer uso de la observación no participante y el rastreo de información que arroje como resultado la creación de una línea de tiempo en donde se logre evidenciar que procesos o contenidos en cuanto a memes tuvieron mayor relevancia en la comunidad para así poder identificar con qué propósitos son compartidos los memes en la comunidad de Jesucristos de Facebook.

La segunda fase corresponde directamente al segundo objetivo de investigación **“Caracterizar los memes de internet replicados y producidos por la comunidad Jesucristos de Facebook para evidenciar el lenguaje particular que utilizan sus miembros para comunicarse”.** Para el desarrollo de este, se propone realizar una matriz de contenidos en donde se visibilice los memes compartidos, las reacciones por los miembros de la comunidad y además los comentarios hechos a estas publicaciones, para luego así poder crear categorías con las cuales se puedan identificar ciertas publicaciones compartidas por miembros de la comunidad. con dichas categorías ya elaboradas se propone realizar un proceso estadístico que permita ver que categorías son más consumidas con el fin de obtener resultados que permitan evidenciar el lenguaje particular que utilizan sus miembros para comunicarse.

Por consiguiente y último, se encuentra el objetivo específico de **“contrastar como los memes han sido agentes transformadores del lenguaje en la red social virtual y en la red social física”.** En este inciso se hace uso de la observación no participante, además del uso de entrevistas a miembros de la comunidad y grupos de discusión con el fin de categorizar los contenidos meméticos replicados por los miembros de la comunidad y así poder dar cuenta del uso de las palabras que miembros del grupo utilizan para comunicarse en su diario vivir en la esfera social virtual y en la esfera social física. Dicha información será recolectada a partir de lo

que los miembros de dicha comunidad nos logren comentar acerca de su particular uso del meme en sus procesos comunicativos.

Tabla 1

Tabla de relación: Objetivos y Resultados.

TABLA DE RELACIÓN: OBJETIVOS Y RESULTADOS		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS	PRODUCTOS
<ul style="list-style-type: none"> Identificar cómo los miembros de la comunidad Jesucristo hacen uso del meme en las redes sociales virtuales y las redes sociales físicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Observación no participante en la web 2.0 Revisión de los memes subidos por los miembros de la comunidad Creación de línea de tiempo Creación de matriz de memes 	<ul style="list-style-type: none"> Línea de tiempo con momentos más relevantes del grupo Matriz de memes con comentarios y reacciones de contenidos publicados hasta la fecha
<ul style="list-style-type: none"> Caracterizar los memes de internet replicados y producidos por la comunidad Jesucristos de Facebook para evidenciar el lenguaje particular que utilizan sus miembros para comunicarse. 	<ul style="list-style-type: none"> Observación no participante Recolección y caracterización de los memes subidos hasta la fecha Análisis de la matriz de memes Creación de categorías de memes 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de categorías para los contenidos meméticos compartidos por miembros de la comunidad
<ul style="list-style-type: none"> Contrastar cómo los memes han sido agentes transformadores del lenguaje en la red social virtual y en la red social física. 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de las demás herramientas Entrevistas semi estructuradas Grupo de discusión 	<ul style="list-style-type: none"> Texto : Discusión y resultados

Resultados

Para dar cumplimiento a los objetivos planteados en este estudio, se aplicaron cuatro instrumentos: La observación no participante que ayudó a la elaboración de una línea de tiempo de acontecimientos y procesos que se gestaron en la comunidad Jesucristos de Facebook, una matriz de contenidos y tres entrevistas semiestructuradas y un grupo de discusión con dos miembros de la comunidad. Estos instrumentos de recolección de datos arrojaron los siguientes resultados:

Línea de Tiempo del grupo Jesucristos en Facebook

Gracias a la observación no participante en el grupo Jesucristos de Facebook, se logró realizar una línea temporal para identificar las etapas de creación y evolución del grupo, en lo que tiene que ver con los memes como códigos usados en el lenguaje entre los miembros de la comunidad. De allí, se obtuvieron los resultados que se señalan a continuación.

El grupo Jesucristos fue creado en la red social virtual Facebook en el año 2020, el 24 de abril de ese año se publicaron los primeros memes. Para mayo, se realizó una actividad de presentación, donde se buscó acercar a los miembros del grupo con el reconocimiento del otro por medio de una foto y una descripción personal, caso en el cual muchos de los miembros optaron por subir un meme en lugar de una foto propia.

En junio de 2020 apareció el meme en código, debido a las dinámicas del grupo como las confesiones y el “reinado de Miss Jesucristos”. En ese mismo mes, comenzaron los memes sobre los administradores del grupo, donde se hacía referencia al *shitposting* por medio de la burla y lo sexual.

Para julio de ese mismo año, iniciaron los memes con diálogo de series animadas y caricaturas. También, se dio la adaptación de los memes realizados en pandemia para adecuarlos con las dinámicas del grupo como la denominada “noche hot”. A finales de ese mes, aparecieron los memes interactivos, que buscaban generar respuesta por parte de los integrantes del grupo a situaciones cotidianas representadas en memes.

Con ocasión de los memes interactivos, en agosto de 2020, se inició una actividad denominada #Oscarjesucrist, donde se otorgaban títulos o premios un poco serios como mejor músico, dibujante o fotógrafo; y otros no tan serios como “la más cachona” o “el mejor anal”. En esta dinámica, los miembros del grupo votaban por los candidatos por medio de reacciones a la publicación: like, me encanta, me enfurece, me asombra, etc.

Hasta diciembre de 2020 el grupo tuvo una interacción significativa de los miembros con sus publicaciones, gracias a los memes y las dinámicas publicadas en este; sin embargo, todo cambió a partir del 2021, cuando se asignaron otros administradores al grupo y se empezaron a dar las publicaciones de publicidad de ventas y emprendimientos, desde allí las interacciones bajaron.

Entre líneas, se identificó que, a lo largo del 2020, durante el inicio del grupo, se realizaron encuentros mensuales para unir a la comunidad. Se reunían en parques para compartir y dialogar, destacándose el uso de códigos creados y empleados en la misma comunidad, teniendo como punto de encuentro el o los memes que habían sido compartidos en la plataforma virtual.

Con los resultados obtenidos gracias a la observación no participante se sistematizó información relevante acerca de los procesos dinámicos y contenidos compartidos en la comunidad Jesucristos de Facebook a través la línea de tiempo mostrada anteriormente, esta sirvió como caracterizadora de los momentos más críticos en cuanto a participación de los miembros en dinámicas sociales de la comunidad, dichos procesos visibilizan como los miembros del grupo a lo largo de un año crearon, moldearon y solidificar una identidad comunitaria gracias componentes específicos: **Las dinámicas, las integraciones, el lenguaje y la identidad.**

Dichas características ayudaron a detectar que los memes servían como códigos creados por los miembros de la comunidad, tanto en las esferas sociales virtuales como en las esferas sociales físicas y que además eran dinamizadores y transformadores del lenguaje en las prácticas comunicativas que se gestaban en los espacios de integración que eran creados por los mismos miembros del grupo. Dichos espacios se desarrollaban en ambas esferas sociales y gracias a estos encuentros se podía detectar que los memes se convertían directamente en agentes

transformadores de las prácticas comunicativas de los miembros de la comunidad de Jesucristos debido a que el uso de estos se presentaba constantemente en forma de código, transformando así el lenguaje común a un lenguaje basado en preocupaciones locales o sociales que tomaban como elemento principal al meme.

El meme era utilizado a manera de expresión en diversos procesos comunicativos que gestan los miembros dentro de la comunidad. En la esfera social física se presentaba a través del diálogo y en la web 2.0 a través de comentarios en donde se resaltaba el uso del meme a manera de expresión de sentimientos en cuanto a procesos que vivía la comunidad, los cuales señalan mayoritariamente a el humor.

Esta sistematización y análisis de contenido ayudó a resolver significativamente el primer objetivo de la investigación el cual era **“identificar cómo los miembros de la comunidad Jesucristo hacen uso del meme en las redes sociales virtuales y las redes sociales físicas”**.

Y además ayudó a resolver gran parte de los demás objetivos específicos planteados a lo largo de la investigación y también en profundizar aún más el análisis en cuanto a resultados de otras herramientas de recolección de información como las mostradas a continuación.

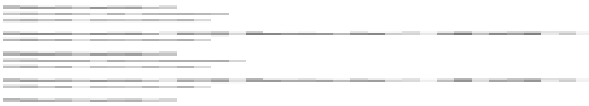
Matriz de contenidos

Para cumplir con el primer y el segundo objetivo específico de la investigación, se recopiló y esquematizó la información de 234 publicaciones de memes del grupo Jesucristos de Facebook, en una matriz de Excel. Allí, se observaron los memes desde su código (*meme code*), las interacciones y los comentarios tanto de los miembros como en respuesta de los administradores.

Tabla 2
Matriz de contenidos

Fecha	Meme code- meme codigo	Link meme	Interacciones	Comentarios en respuesta a publicación con memes
24-abr-20	Dialogue Change memes - Memes de Cambio de diálogo	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/550004139278760/	8 Reacciones, 2 comentarios.	0 Respuestas
24/04/2020	Dialogue Change memes - Memes de Cambio de diálogo	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/550006332611874/	11 Reacciones, 3 comentarios.	1 Respuesta (imagen, meme)
24/04/2020	Stencil meme- meme de plantilla	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/550030762609431/	7 reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
24/04/2020	Stencil meme- meme de plantilla	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/55003627594213/	12 Reacciones, 4 comentarios	3 Respuestas (Replica de copy, respuesta a pregunta)
24/04/2020	Shitposting	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/550036399275534/	7 reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
24/04/2020	Meme code- meme codigo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=87620153285754&set=gm.550036605942180	50 Reacciones, 10 comentarios	6 Comentarios (linea al shitposting)
24/04/2020	Stencil meme- meme de plantilla	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/55007618593822/	13 Reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
25/04/2020	Meme anime- Anime meme	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/55021539592430/	5 Reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
25/04/2020	Interaction meme- meme de Interacción	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/550273079251866/	2 Reacciones, 11 comentarios	10 Respuestas a la pregunta.
25/04/2020	Meme anime- Anime meme	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/55038869240504/	20 Reacciones, 3 comentarios	3 Respuestas (linea shitposting)
25/04/2020	Interaction meme- meme de interacción	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/550504272562080/	50 Reacciones, 53 comentarios	53 Respuestas a la pregunta
25/04/2020	Meme code- meme codigo	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/550537122558795/	7 Reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
25/04/2020	MemeCat o LOLCat	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2617102998560257&set=g.549478302664677	6 Reacciones	0 Respuestas
26/04/2020	Stencil meme- meme de plantilla	https://www.facebook.com/photo/?fbid=137901884667423&set=g.549478302664677	4 Reacciones	0 Respuestas
26/04/2020	Stencil meme- meme de plantilla	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/55128902483617/	3 Reacciones, 16 comentarios	0 Respuestas
27/04/2020	Meme code- meme codigo	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/551461259133048/	26 Reacciones, 26 comentarios	0 Respuestas
27/04/2020	Dynamic meme- meme de dinamica	https://www.facebook.com/groups/jesucristos/posts/55166859572898/	3 Reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
27/04/2020	Meme code- meme codigo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2941911665915708&set=g.549478302664677	154 Reacciones, 59 comentarios	6 Respuestas con linea al meme publicado (imagen)
27/04/2020	Dialogue Change memes - Memes de Cambio de diálogo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1104180619951843&set=g.549478302664677	22 Reacciones, 3 comentarios	1 Respuesta con linea al meme publicado
27/04/2020	Sexualized meme- meme sexualizado	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2861447140603483&set=g.549478302664677	10 Reacciones, 1 comentario	1 Respuesta replica a contenido del meme
28/04/2020	Realty rendering meme - meme de representación de la realidad	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2972554269505116&set=g.549478302664677	0 Reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
28/04/2020	Realty rendering meme - meme de representación de la realidad	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2972554666171743&set=g.549478302664677	0 Reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
28/04/2020	Stencil meme- meme de plantilla	https://www.facebook.com/photo/?fbid=2354646954843545&set=g.549478302664677	19 Reacciones, 3 comentarios	2 Respuestas con linea al meme
29/04/2020	Shitposting	https://www.facebook.com/photo/?fbid=267723237490588&set=g.549478302664677	9 Reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
29/04/2020	Dynamic meme- meme de dinamica	https://www.facebook.com/photo/?fbid=324723558387019&set=g.549478302664677	9 Reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
30/04/2020	Stencil meme- meme de plantilla	https://www.facebook.com/photo/?fbid=298503970491068&set=g.549478302664677	49 Reacciones, 2 comentarios	0 Respuestas
30/04/2020	Shitposting	https://www.facebook.com/photo/?fbid=235334684579915&set=g.549478302664677	10 Reacciones, 1 comentario	0 Respuestas
30/04/2020	Shitposting	https://www.facebook.com/photo/?fbid=23620899115915&set=g.549478302664677	19 Reacciones, 5 comentarios	0 Respuestas
30/04/2020	Dynamic meme- meme de dinamica	https://www.facebook.com/photo/?fbid=10218057725374211&set=g.549478302664677	4 Reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
7/05/2020	Meme code- meme codigo	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1196213927387434&set=g.549478302664677	7 Reacciones, 1 comentario	0 Respuestas
8/05/2020	Shitposting	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1196958353979658&set=g.549478302664677	2 Reacciones, 0 comentarios	0 Respuestas
9/05/2020	Dynamic meme- meme de dinamica	https://www.facebook.com/photo/?fbid=728565371236601&set=g.549478302664677	42 Racciones, 67 comentarios	0 Respuestas

Antes de clasificar los memes para analizar su uso, fue necesario, primero, categorizarlos y darles significado. Para hacerlo, se analizaron los 234 memes publicados hasta la fecha y se crearon 14 categorías distintas en donde cada uno de los memes tenían cabida gracias al contenido que en estos se compartía, dichas categorías como resultado fueron las siguientes:



Entre el contenido del grupo, se encontraron “*memes no memes*”, que en realidad se trata de una imagen con cualquier línea de categoría, pero con un *copy* que no refleja humor, si no un tema más serio. Es decir, es una imagen acompañada de texto, pero no busca entretener, busca transmitir una información que puede ser o no relacionada con la imagen. De este tipo, se publicó un ejemplar en el grupo.

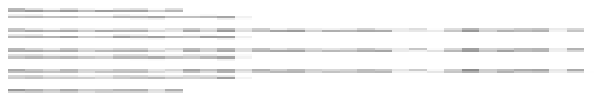


Otro tipo de meme que se identificó en el grupo fue el “*meme de cambio de diálogo*”, este es un meme creado a partir de una escena específica de una serie o película, y su diálogo es

modificado y apropiado por las personas que la comparten. De esta clase, se identificaron 8 memes publicados en el grupo.



El “*meme de plantilla*” es el que brinda facilidad de modificar el formato, es un meme que siempre está cambiando o mutando y puede adaptarse para cualquier situación. De esta categoría se encontraron 16 memes publicados.



El “*meme shitposting*” es un meme sin sentido ni contexto, tanto en el copy como en la imagen, suele tener mala calidad y denotar un poco de humor. Puede considerarse como una alternativa al humor negro directo. Este fue el tercer tipo de meme más publicado, un total de 39.



El “*meme anime*” es una imagen de un anime que, a través de su copy, busca transmitir humor o gracia. De esta clase, se identificaron 4 en las publicaciones del grupo.



Este tipo denominado “*meme código*”, es el meme al que se le ha creado su significado a partir de la réplica y la explicación en comunidades concretas; es decir, son entendidos por el

contexto donde se desarrollan, según las dinámicas de comunidad. Esta es la categoría que predomina en el grupo con 56 publicaciones.



El “*memeCat*” se refiere a cualquier meme relacionado con los gatos, sea en imagen o en copy. De este tipo, se visualizó una publicación en el grupo.



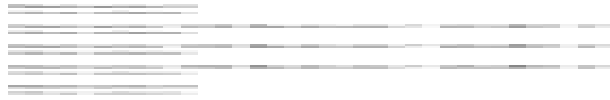
El “*meme sexualizado*” es el que tiene contenido sexual, se puede intuir de la imagen o de su texto. De este, se publicaron 6 en el grupo.



El “*meme dinámico*” es creado desde la experiencia del grupo de Facebook, se genera por sucesos dentro de la comunidad, que se generan por los administradores o los miembros del grupo, y buscan la interacción de los miembros. De esta categoría, se encontraron 39 publicaciones en el grupo.



El “*meme de representación de la realidad*” se refiere al conjunto de imagen y copy que denota una situación, acción o suceso de la vida de la persona que comparte el meme. De este tipo se encontraron 18 publicaciones en el grupo de Facebook.



Los “*memes admins*” se identificaron como los memes que hacían referencia a los administradores del grupo, para señalar aspectos positivos o negativos, incluso en una índole sexual. De esta clase, se encontraron 25 memes.



El “*meme cheems o chaims*” es el que se elabora con la plantilla del perro Chaims, un perro amarillo que se volvió viral en las redes sociales. De estos memes, se encontraron 2.



El meme de “*humor negro*” es una creación que denota humor pesado que puede exceder los límites, puede tocar temas sexuales, xenofobia, racismo, y otros temas polémicos. Se encontraron 22 memes de humor negro en el grupo.

Ilustración 14

Meme sad



El “*meme sad*” o triste, es el meme que, en su imagen o copy, refleja tristeza. De este tipo, se encontraron 2 publicaciones.

En cuanto a la creación de categorías se resalta el uso de herramientas como la observación no participante, la cual ayudó a realizar un análisis profundo de los contenidos compartidos por miembros de la comunidad a lo largo de la existencia del grupo Jesucristos de Facebook. Dichos contenidos analizados eran publicaciones creadas o replicadas en formato de memes, los cuales fueron estudiados a partir de cuatro características principales para así poder crear las categorías mostradas anteriormente y poder además darles atributos diferenciadores que facilitaran su comprensión y análisis. Dichas características que se tuvieron en cuenta para la creación de categorías fueron: **El meme, el copy, los comentarios y las reacciones.**

Estas características son de vital importancia gracias a que con ellas podemos visibilizar como los miembros de la comunidad se comunican entre sí en la web 2.0 y además permitió realizar un análisis en cuanto al uso de estos elementos tanto dentro como fuera de las redes sociales virtuales arrojando datos significativos como los siguientes:

En síntesis de la categorización anterior, se encontró que, desde su creación el 24 de abril de 2020 hasta el 5 de diciembre de 2020, se publicaron 234 memes en total; de los cuales: 56



fueron memes de código, 39 memes de dinámica, 32 memes de shitposting, 25 memes de admins, 22 memes de humor negro, 18 memes de representación de la realidad, 16 memes de plantilla, 8 memes de cambio de diálogo, 6 memes sexualizados, 4 memes de anime, 2 memes de interacción, 2 memes cheims, 2 memes sad, 1 memeCat y 1 meme no meme.

Gráfico 2

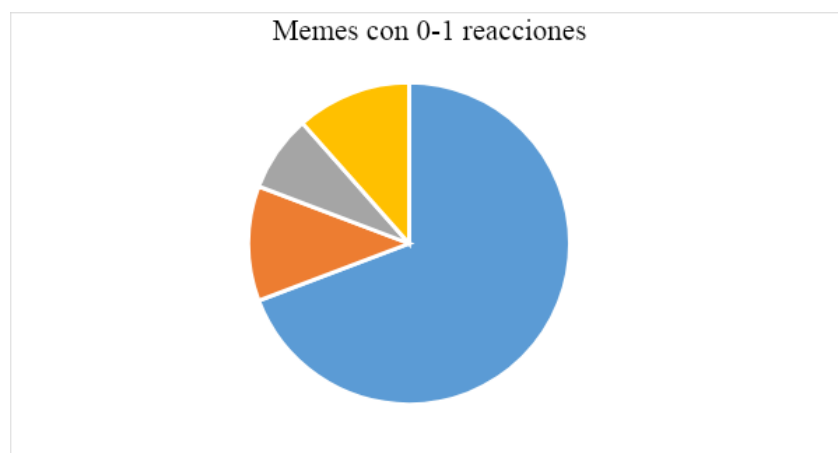
Memes más reaccionados



Por otro lado, a partir del análisis del uso de los memes en el grupo de Jesucristos de Facebook, de acuerdo con las interacciones, se encontró que los memes con mayor número de reacciones fueron 3 memes código, 1 meme de interacción, 2 memes de admins, 1 meme shitposting y 1 meme de representación de la realidad; cada uno de estos, recibió más de 50 reacciones.

Gráfico 3

Memes menos reaccionados



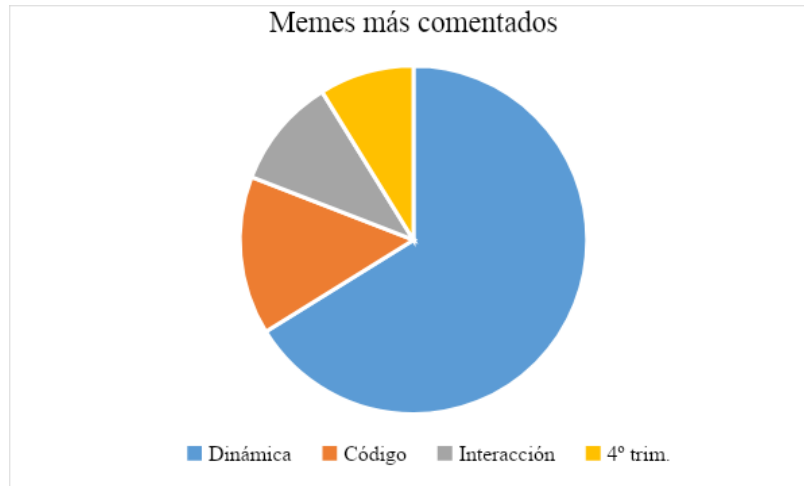
Por el contrario, los memes que recibieron de 0 a 1 reacción fueron 3 memes de representación de la realidad, 2 memes de shitposting, 3 memes de dinámica y 18 memes de humor negro. Es decir, los memes de humor negro, por mucho, fueron los menos aceptados por la comunidad de Jesucristos.

Gráfico SEQ Gráfico * ARABIC 4

Memes menos comentados



En cuanto a los comentarios, los memes que no tuvieron ninguna interacción en los comentarios, tanto del público como en respuesta de los administradores fueron 18 memes de humor negro, 14 memes código, 17 memes shitposting, 8 memes de dinámicas, 6 memes de representación de la realidad, 6 memes de plantilla, 4 memes admins, 2 memes sexualizados, 1 anime meme, 1 meme cheims y 1 meme sad. Estos datos confirman que los memes más ignorados por la comunidad de Jesucristos, son los memes de humor negro, no generaron interacción ni comentarios en 18 publicaciones de 22 que se realizaron.

Gráfico SEQ Gráfico * ARABIC 5*Memes más comentados*

Por otra parte, los memes más comentados, tanto por los miembros del grupo como por los administradores en respuesta, con más de 50 comentarios, fueron 9 memes dinámica, 2 memes código y 1 de interacción. Es decir, los memes de dinámica fueron los preferidos para ser comentados por los miembros del grupo.

Gracias a estos datos se puede llegar a tener una idea clara de que contenidos son los más utilizados, comentados y reaccionados por los miembros de la comunidad. Dichos datos ayudan a dar forma a los procesos de identidad que van ligados a las dinámicas comunicacionales que se gestan entre miembros de la comunidad de Jesucristos de Facebook en donde se busca dar respuesta a los primeros objetivos específicos de la investigación los cuales son **“Analizar cómo los miembros de la comunidad Jesucristo hacen uso del meme en las redes sociales virtuales y las redes sociales físicas.”** Y **“caracterizar los memes de internet replicados y producidos por la comunidad Jesucristos de Facebook para evidenciar el lenguaje particular que utilizan sus miembros para comunicarse”**.

Pero para ahondar mucho más en el lenguaje en cuanto a la red social física y resolver el tercer objetivo específico de la investigación se optó por realizar entrevistas semi estructuradas a miembros de la comunidad con las cuales se pudiese tener respuestas precisas por parte de los miembros en cuanto al uso del meme en las prácticas comunicativas diarias y a su vez realizar un grupo de discusión con dos miembros de la comunidad para así revisar si realmente los memes han sido agentes transformadores de las prácticas comunicativas que se gestan con el uso del meme en los entornos físicos y virtuales en los jóvenes del grupo Jesucristo de Facebook.

Entrevistas semiestructuradas

En aras de satisfacer lo planteado en el tercer objetivo específico, tendiente a contrastar cómo los memes son agentes transformadores del lenguaje en las redes sociales virtual y física, se llevaron a cabo cuatro entrevistas semiestructuradas, tres de ellas individuales un grupo de discusión con dos miembros del grupo de Facebook objeto de estudio.

En la entrevista realizada a **la ex administradora del grupo de Jesucristos**, manifestó que en este era muy común el uso de memes para la comunicación entre los miembros, era tan normal que las dinámicas propuestas por los administradores eran respondidas con memes, que podían ser en posición negativa o positiva a la iniciativa; ella señala que hasta le parecía gracioso el uso tan continuo de los memes para responder, porque eran “*cosas que ellos mismos podían decir*”, pero preferían elaborar el meme para expresarse.

Al preguntarle sobre su percepción sobre los memes, tanto en la virtualidad como en la realidad física, señaló que los considera una forma de expresión muy contextualizada a esta época tecnológica, ya que, incluso “*hay memes políticos y económicos*”. Para ella, los memes se usan tanto en lo virtual como en lo físico porque, si bien la virtualidad permite percibir la imagen del meme, si haces parte de la comunidad o el contexto alrededor de éste, será fácil entender la referencia en el dialecto; por ejemplo, señala que usa las expresiones “*khé*” “*khe kreyzi*” que son propias de los memes, muchas personas de su entorno lo entienden y conectan con el meme, aunque puede pasar que otras personas que no lo hayan visto, no entiendan la referencia.

Por otro lado, en la entrevista al **creador del grupo de Jesucristos**, se le preguntó sobre el desarrollo del grupo, a lo que señaló las diferentes dinámicas que se realizaron para conectar la comunidad. Es de resaltar que, durante la entrevista, el entrevistado usó algunas expresiones

propias de los memes, como en el momento de referirse a las dinámicas con tinte erótico, lo cual acompañó con la expresión del niño del Oxxo, quien se hizo viral en las redes sociales a través de los memes.

También señaló que se realizaban encuentros mensuales entre los miembros del grupo para que hubiese integración y unión. Al narrar algunas anécdotas de estos encuentros, se identificó, de nuevo, el uso de términos propios de los memes como “mimir” que se refiere directamente a dormir.

En cuanto al uso de los memes en el grupo, afirmó que, ante cualquier experiencia o suceso nuevo, fuera en la virtualidad o en las integraciones físicas, surgían memes como respuesta o en representación de estas situaciones; y dijo que era una forma de “*sacarle lo cómico a las cosas*”. Como se pudo evidenciar en la entrevista, al preguntarle si usaba mucho los memes en la cotidianidad, dijo que sí, que incluso los usaba para hablar con su mamá de temas de actualidad, pues siempre hay memes que “*te mantienen actualizado*” porque son creados para todo.

Se debe resaltar que el entrevistado, indicó que usa los memes en sus conversaciones físicas con sus amigos, para abarcar temas de relevancia informativa como “*lo que está pasando en Ucrania*”, dejando en evidencia que los memes pueden ser una forma de mantenerse al margen de las noticias mundiales y de relevancia política, social y económica. Además, afirmó que no da uso de los memes de manera consciente en los procesos comunicacionales en esferas sociales físicas, sino que son tan comunes en su cotidianidad que no piensa usarlos, simplemente “*salen en el contexto*”.

En otro punto, en la entrevista realizada a **uno de los miembros activos del grupo**, se le preguntó sobre los memes y el uso que les daba, tanto dentro como fuera del grupo. Indicó que, en su perfil de Facebook, constantemente, publica todo tipo de memes, al punto de señalar que es un “*meme andante*”; en cuanto a los memes que se publicaban en el grupo de Jesucristos, afirmó que reaccionaba a los que lo hacían sentir identificado o representado.

Se debe distinguir que, al igual que el creador del grupo, usó expresiones propias de los memes durante la entrevista; cuando se le preguntó sobre los memes que más le interesaban en el grupo, señaló que le gustaban los referentes a que “*funaron a alguien*”.

Al igual que la ex administradora del grupo, este entrevistado consideró que el meme es una forma de expresión porque “*existen memes para todo*”. Refirió que usa los memes en su vida cotidiana, pero depende del receptor porque no todos están contextualizados y por eso, se puede perder “*el chiste*” del meme. Es tanto el uso de memes por el entrevistado que, en un chat con uno de sus amigos (el cual permitió observar), se evidencian más memes que palabras escritas.

Por último, se realizó una entrevista en pareja a dos miembros del grupo, uno activo y otro considerado “fantasma” (es decir, que no interactuaba). Al preguntarles qué entendían por meme, señalaron que era una “*representación graciosa de algo*” y, de nuevo, que son una “*alternativa para expresar sentimientos o acontecimientos de la vida diaria*”.

El miembro “fantasma” señaló que muchos de los miembros del grupo lo empezaron a conocer por los memes que hacía sobre él, el miembro activo. Esto, indica, llevó a que los miembros del grupo siguieran su carrera como músico, aunque él no conocía a esas personas, y que por eso “*se sentía como un meme*” (por la popularidad que había adquirido sin hacer mérito).

Debe resaltarse que, durante la entrevista, ambos sujetos se desvían de las preguntas y comienzan a interactuar de manera libre, y presentan diversas anécdotas, por supuesto, usando expresiones extraídas de los memes. Por ejemplo: “*ay marica ¡AJJAJAJAJA!, sabes de que me recordé también, del día en que me querían **funar** por ser un homvre, así con V literal cuando me querían **funar** yo dije: “**vale lo reconozco, soy un homvre**” ¡AJJAJAJAJAJAJAJA!*”, en esta anécdota se puede evidenciar la combinación de dos memes virales en las redes sociales.

Al igual que el miembro anterior, afirmaron que cuando usan memes en su vida cotidiana, esperan que el receptor esté contextualizado, por lo que usan memes que sean más comunes para las personas con que se comunican para así facilitar el proceso de diálogo. Señalan que los memes son tan comunes que, incluso, los abuelos de ellos los usan, pero siempre desde su contexto y desde el tipo de comunicación que conocen y manejan.

Ya con toda esta información recolectada se optó por realizar un análisis conjunto de todos los resultados obtenidos, esto con el fin de dar respuesta clara y pertinente a los objetivos planteados en esta investigación.

Discusión

Para lograr esto fue óptimo realizar un seguimiento en cuanto a todo lo relacionado con la comunidad Jesucristos de Facebook. Dicho seguimiento parte del análisis de todos los procesos sociales ligados a memes puestos en práctica por los integrantes de la comunidad, tanto en la web 2.0 como en la esfera social física.

Para entender un poco la comunidad y sus procesos comunicacionales se debe dejar claro que esta es una comunidad dinámica, la cual realizaba todo tipo de actividades con el fin de generar interacción con la mayor cantidad de miembros posibles. Dichas actividades o también denominadas por los miembros y administradores como “dinámicas” creaban directamente espacios de interacción que servían como momentos de dispersión en la red y que además fortalecían y cimentaban la autenticidad de la comunidad. Una de estas dinámicas para adentrarlos un poco al contexto es la creación de un reinado, el cual tuvo como nombre “Miss Jesucristos” en el cuál todos los participantes fueron hombres. Todo hombre que quisiese participar lo podría hacer, pero debían realizar un procedimiento específico con la foto con la que deseara concursar. Este proceso era el utilizar una aplicación llamada “FaceApp” la cual tenía como función para dicha dinámica hacer que la foto de un hombre pasase a ser una mujer. Esta aplicación tuvo un boom a inicios de la pandemia ocasionada por el Covid 19, y fue utilizada por la comunidad para crear esta dinámica peculiar de la cual, además de crear solo un mero espacio de interacción surgieron códigos específicos, los cuales perduran en la memoria colectiva del grupo y se manifiestan en memes creados por individuos de la comunidad. Este proceso de creación, no solo se dio con dicha dinámica si no con demás actividades creadas y a acontecimientos pasados a lo largo de la existencia del grupo como tal, incluyendo incluso la interacción de los miembros fuera de la virtualidad o también llamada web 2.0.

Para el análisis de todos estos procesos se debe tener presente la definición de meme propuesta por Dawkins, la cual va direccionada al gen cultural, y el cual se presenta en su obra “el gen egoísta”.

Para Dawkins un meme debe ser visto como un elemento que puede establecer y transmitir diferentes tipos de ideas, costumbres o comportamientos que además de ser adoptados por cualquier individuo en la sociedad pueden ser también replicados.

Dichas características podrían ser similares con el lenguaje y la manera en la que nos comunicamos ya que el lenguaje es dinámico, y puede cambiar dependiendo el contexto social en el que se desenvuelva la persona.

Dawkins, además comenta que los memes tienen tres características particulares:

- La primera es la Fidelidad: Definida como la facilidad de identificación por más que se reproduzca, haciendo referencia a la veracidad o exactitud de lo que se quiere llegar a dar con lo que se transmite.
- La segunda es la fecundidad: Vista cómo el que tanto puede reproducirse y recorrer dicho mensaje o acción dejando así claro su alcance.
- Y por último su Longevidad: La cual se analiza dependiendo en que tanto dura el mensaje o la acción en la memoria colectiva.

Dichas características se mantienen sólidas en cuanto al uso del meme por parte de los miembros de la comunidad Jesucristos de Facebook ya que estos a través de los procesos de identidad reconocen, reproducen y tienen una memoria colectiva en cuanto a contenidos y sucesos específicos acontecidos a lo largo de la existencia del grupo, que además reflejan en sus publicaciones y en los contenidos compartidos en la comunidad de Facebook y en conversaciones cotidianas que tienen con otros miembros del grupo, esta memoria colectiva se debe a los procesos dinámicos creados por ellos mismos y además por la existencia y participación en los encuentros realizados de manera presencial en espacios de la esfera social física y además a los procesos de participación en la esfera social virtual. La definición de meme dada por Dawkins va ligada directamente al meme como gen cultural en un plano social físico, sin embargo, estas características y definición se pueden ver relacionadas a los procesos sociales que se gestan dentro de la red 2.0

La cual Cebrián (2008) define como:

las transformaciones generales de los medios y de la expansión específica de Internet, emerge y se sitúa en vanguardia la denominada web 2.0, una red social, o de relaciones interactivas, abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos: escritos, de audio, de vídeo o integrados en una concepción audiovisual que lleva a los tratamientos multimedia con la incorporación de los complejos modelos de la navegación, los enlaces y la interactividad y que enriquecen los modelos de comunicación interactiva. (p. 346)

Estos procesos además se solidifican a través de definiciones como las del meme de internet con definición de

Milner (citado por Henríquez 2020) que, para él, el meme de Internet es la materialización de una cultura mediática de participación que se comunica a través de discursos colectivos participativos en línea, como lo son las ciberculturas, a través de un proceso que incluye la creación, la circulación y la transformación de un contenido en meme. (p.44)

Esto es erróneo, pero no en su totalidad. El meme sí tiene estas características en cuanto a la participación y materialización de una cultura mediática, sin embargo, no solo es utilizado en la red 2.0, sino también en espacios físicos reales que comparten los jóvenes de la comunidad de Jesucristo.

Y es que Cebrián (2008) afirma que

Las redes sociales llevan a Internet el universo de los intereses de la vida cotidiana de cada persona o de cada grupo. No queda excluido ningún tema. A pesar de los intentos taxonómicos de los diversos temas abordados en estas redes, inmediatamente quedan desbordados por el nacimiento durante el propio proceso taxonómico de otros cientos de temas. Por tanto, los tradicionales análisis de contenidos adquieren otras dimensiones de mayores complejidades por las trabazones que cada uno de los procesos comunicativos genera. Se da entrada a los hipervínculos dentro de cada sistema expresivo: escritura,

sonidos, imágenes y, además, a la integración de unos con otros hasta llegar a una configuración plenamente multimedia. (p. 354)

y es que gracias a la creación de encuentros presenciales surgen dinámicas precisas en la red que luego se ven plasmadas en contenidos compartidos por miembros de la comunidad en manera de códigos comunes que si bien no son un mensaje concreto se manifiestan a través de archivos multimedia, como lo pueden ser imágenes o videos.

Maffesoli (como se citó en Pérez, G. et al, 2014) comenta que dichos códigos comunes permiten hablar de la existencia de comunidades de sentido, en torno a las que se construyen referentes que operan como unidades culturales que permiten la articulación de un conjunto particular de actos comunicativos, y que además pueden proveer de sentidos identitarios.

Esto se da gracias a que el meme, como elemento gráfico en las redes sociales virtuales tiene unas características distintas al meme en un espacio de interacción físico real, ya que pasa de ser un elemento pictórico a un elemento común en el lenguaje humano, que, si bien muchos pueden entender, no es acogido por todos los seres humanos en su totalidad. Gracias a esto los memes operan como códigos, y se confirma que estos tienen cargas culturales que a su vez se fortalecen y se desarrollan particularmente en los actos comunicativos en la esfera social física y que además toman forma gracias a los sentidos identitarios, que en esta ocasión no parte de individuos si no de una comunidad específica, la cual en este caso es la comunidad de Jesucristos de Facebook.

Para explicar un poco mejor el cómo se crean estos códigos a partir de la identidad debemos definir en sí que es la identidad, que para

Henriquez (2020) reuniendo varias definiciones de autores, la identidad (colectiva) es un proceso que consiste en la producción, ejecución y validación continua de valores, códigos y normas a través de discursos relacionados con las narrativas de la vida propia dentro de una comunidad, lo que implica que este es un proceso dialéctico que, además de incluir o excluir a individuos de dicho entorno, permite a los miembros construirse en virtud del posicionamiento de dicha comunidad con respecto a otras (p. 36).

Con dicha definición se puede afirmar que el meme, se convierte en un código que es creado y transformado por procesos sociales que ocurren en una comunidad, y que a su vez dichos procesos dan forma al mensaje que se quiere transmitir con el meme. En esta ocasión dicho mensaje toma forma gracias a las características que los miembros de la comunidad adoptan como colectivo y que se representan como identidad, dichos procesos se pueden ver en los contenidos que comparten y con los que interactúan a través de reacciones y comentarios que en esta ocasión son en su mayoría memes categorizados como Memes de Shitpost y Memes de dinámicas para dar paso así a la creación de categorías particulares como la de “memes código” que como su nombre lo indica son códigos comunes en los procesos comunicacionales que se gestan en la comunidad de Jesucristos pero que a su vez son representados a través de memes compartidos en el grupo como manera de expresión en cuanto a las esferas sociales virtuales, y que además se manejan en el diálogo en esferas sociales físicas reales. Este uso cabe resaltar que se da de manera consciente e inconsciente por miembros de la comunidad ya que para ellos es muy habitual usar expresiones sacadas de la red 2.0 para comunicarse en un entorno físico real, demostrando así que el meme posee un sentido en cuanto a su uso y su manera de comunicar.

Esta manera particular de comunicar algo a través del meme lo podemos analizar desde la teoría vernacular que para McLaughlin (como se citó en Henríquez, J., 2020)

Se define como las «prácticas de aquellos que carecen de poder cultural y que hablan un lenguaje crítico basado en preocupaciones locales, no el lenguaje hablado por las élites del conocimiento académico» (p. 22)

Según lo que dice McLaughlin, y relacionándolo a las prácticas que los miembros de la comunidad Jesucristo de Facebook gestan, se puede afirmar que efectivamente hablan un lenguaje crítico basado en preocupaciones locales, que además son interventores en sus prácticas comunicativas diarias y que a su vez forman la identidad social comunitaria de sus miembros, por lo cual, los memes como modo de expresión surgen como una manera creativa, fácil y despreocupada de comunicar cualquier tipo de mensaje, y no va ligado a un lenguaje crítico hablado por elites, si no por una comunidad específica que es creadora y difusora de sus propias prácticas comunicativas, tanto en la red social virtual como en la red social física real, dejando en

claro que gracias a los procesos de creación y solidificación de una identidad propia, y además de la gestación de códigos ligados a procesos identitarios los memes han sido agentes transformadores de las prácticas comunicativas que se gestan con el uso del meme en los entornos físicos y virtuales en los jóvenes del grupo Jesucristo de Facebook a tal punto de que dichos miembros piensen en que el meme debe ser utilizado en procesos comunicativos tanto en la esfera social física como en al virtual de manera consiente para poder así no generar un malestar o barreras a la hora de comunicarse con cualquier individuo ajeno a la comunidad en la que se encuentra teniendo en cuenta siempre el uso consiente de los códigos en la oralidad y en la virtualidad.

Conclusiones

Gracias a la recolección y el análisis de la información se puede concluir que los memes se vuelven transformadores del lenguaje en la red social virtual y en la red social física gracias a la creación de códigos que surgen a partir de la formación de procesos de identidad que se cimentan a través de las esferas sociales virtuales, y que gracias a su gran difusión y a sus múltiples características son replicados y transformados por los individuos o miembros de una comunidad que dan uso constante de las redes sociales virtuales y llevan ese lenguaje creado desde la virtualidad a una red social física en donde de manera consciente e inconsciente se emplea el meme en procesos comunicativos ligados al diario vivir, lo cual visibiliza que es usado como una herramienta de expresión en el lenguaje actual de los jóvenes de la comunidad de Jesucristos sea desde los códigos creados por ellos mismo, como también por los códigos replicados y creados por agentes externos a la comunidad que pertenecen. Estos procesos de creación de códigos cabe resaltar que se dan a partir de la creación de espacios de interacción en donde se crean vínculos y procesos identitarios sólidos que se fortalecen cada vez más con las diversas dinámicas y los procesos de socialización que los miembros de la comunidad Jesucristos tienen entre sí. Sin embargo, se detectó además que los procesos de creación de identidad no se dan solo en una comunidad específica si no en toda la red 2.0 lo cual hace que dichos códigos se repliquen, compartan, transformen y sean adoptados cada vez más rápido por las personas consumidoras de contenidos en las redes sociales virtuales para posteriormente ser utilizados en expresiones que se vuelven de uso cotidianas fuera de la red 2.0.

Referencias

- Agudelo, G., Aignerren, M., & Ruiz, J. (s.f). *Revistas UdeA*. Consultado el 1 de Marzo de 2022, de Centro de Estudio de Opinión CEO: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/6545/5996>
- Belén, E., Espinoza, C., María, I., Mendoza, T., & Msc, R. (2019). *Los memes y su impacto comunicacional en los adolescentes de 14 a 16 años*. [Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45035/1/Los%20Memes%20y%20su%20impacto%20Comunicacional%20en%20los%20Adolescentes%20de%2014%20a%2016%20a%C3%B1os..pdf>
- Castagno, L. (2013). *¿Memes solo diversión?: el fenómeno de los memes de internet más allá de la humorada*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Rosario].
<https://rehip.unr.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/2133/5283/TESINA%20LUCIA%20CASTAGNO.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Cebrián, M. (2008). La web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 345-361.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110345A>
- Contreras, M. (21 de Octubre de 2021). Consideraciones sobre los tipos y diseños de investigación. *Blogspot*.:
<https://educapuntos.blogspot.com/2015/11/consideraciones-sobre-los-tipos-y.html>
- Davison, P. (2012). *The language of (Internet) Memes*. [En línea].
<https://archive.org/details/TheSocialMediaReader>
- Dawkins, R. (1976). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Salvat.
- Henríquez, J. (2020). *Construcción de identidad a través de memes de internet en la comunidad Seguidores de la Grasa*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia].
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/77875/1019036504.2020.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

- Kawulich, B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos. *FORUM: QUALITATIVE SOCIAL RESEARCH*, 6(2).
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/2715/1/La%20observaci%c3%b3n%20participante%20como%20m%c3%a9todo%20de%20recolecci%c3%b3n%20de%20datos.pdf>
- Muñoz, C. (2014). *El meme como evolución de los medios de expresión social*. [Tesis de Pregrado, Universidad de Chile].
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129749/EI%20meme%20como%20evoluci%F3n%20de%20los%20medios%20de%20expresi%F3n%20social.pdf?sequence=1>
- Pérez, G., Aguilar, A., Archilla, G., & Ernestina, M. (2014). El meme en internet: usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27(75), 79-100.
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952014000200005&lng=es&tlng=.](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952014000200005&lng=es&tlng=)
- Ricoy, L. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Educacao*, 31(1), 11-22.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=117117257002>
- Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación de rigor metodológico y desafíos. *Liberabit*, 13(13), 71-78.
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009&lng=es&tlng=es)
- Turpo, O. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. *Educar*, 42, 81-93.

Anexos

Línea de tiempo de sucesos relevantes acontecidos en el grupo Jesucristos de Facebook

