



Artículo de reflexión derivado de investigación

La influencia de los contenidos ideológicos de los memes virtuales en la identidad social

The influence of the ideological contents of virtual memes on social identity

Recibido: 15 de mayo de 2023 / Aceptado: 28 de noviembre de 2023 / Publicado: 5 de junio de 2024

Isaías Rengifo Moreno^{*}, Santiago Zúñiga González^{**},
Santiago Peláez Marín^{***} y Valentina Calle Acosta^{****}

Forma de citar este artículo en APA:

Rengifo Moreno, I., Zúñiga González, S., Peláez Marín, S., & Calle Acosta, V. (2024). Familia y escuela: perspectivas desde la salud mental en la adolescencia. *Poiésis*, (46), 62-83. DOI: <https://doi.org/10.21501/16920945.4985>

Resumen

El meme se ha transformado en un método de comunicación para dejar ver situaciones, emociones, pensamientos surgidos en un individuo con sus grupos sociales de referencia, partiendo de la apropiación simbólica del contexto al cual pertenece. Para la recolección de información como análisis se requirió del método fenomenológico-hermenéutico con el fin de estudiar los discursos de los participantes y el material que presenta ciertos contenidos ideológicos de los memes virtuales, los cuales pueden ser aprobados, rechazados y/o compartidos por los entrevistados. Los jóvenes comunican con sus grupos de referencia memes virtuales que abordan contenidos ideológicos de carácter religioso, político, situaciones cotidianas, entre muchos otros temas; estos recursos se hacen importantes para su afiliación y alteridad grupal, y generan, con ello, consecuencias respecto de su identidad social; incluso, los llevan a tener conflictos con los grupos en que se encuentran inmersos, aunque también se da la posibilidad de guardar silencio como opción frente a la presión ejercida por los demás llevando al joven a reflexionar acerca de sus filiaciones sociales.

Palabras clave:

Comunicación; Grupo; Ideología; Identidad; Influencia social; Meme; Psicología social.

^{*} Egresado del Programa de Psicología de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8060-9822>. Contacto: isaias.rengifomo@amigo.edu.co

^{**} Egresado del Programa de Psicología de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7658-1452>. Contacto: santiago.pelaezma@amigo.edu.co

^{***} Egresado del Programa de Psicología de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7239-0237>. Contacto: santiago.zunigago@amigo.edu.co

^{****} Egresada del Programa de Psicología de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7828-5742>. Contacto: valentina.calleac@amigo.edu.co

Abstract

The meme has become a method of communication to reveal situations, emotions, and thoughts that arise in an individual with their social reference groups, starting from the symbolic appropriation of the context to which it belongs. For the collection of information and analysis, the phenomenological-hermeneutic method was required to study the discourses of the participants and the material that presents certain ideological contents of virtual memes, which can be approved, rejected, and/or shared by the interviewees. Young people communicate with their reference groups virtual memes that present some ideological contents such as religious, political, everyday situations, among many other topics, being important for their affiliation as well as alterity regarding their groups, generating consequences for their social identity, leading to conflicts with the groups they are immersed in, although there is also the possibility of remaining silent as an option due to the pressure exerted by others, which leads the young person to reflect on their social affiliations.

Keywords:

Communication; Group; Ideology; Identity; Social Influence; Meme; Social psychology.

Introducción

Diferentes investigaciones han optado por estudiar el uso desmesurado de las redes sociales no solo en cuanto a lo que concierne al tiempo empleado por las personas, sino a la frecuencia misma, lo cual se logra observar, por ejemplo, en la investigación de Malo Cerrato et al. (2018).

En la última década se ha dado un fenómeno particular en la Web 2.0, los memes virtuales, que no dejan indiferente a quien este circulando por Internet. El protagonismo de este tipo de mensajes se ha dado, en parte, por la facilidad de la transmisión del mensaje junto con su sentido cómico, sin desdibujar aquello que enuncia o denuncia ante la presencia de grandes masas de individuos a los cuales llega. Sus primeras apariciones, en cuanto a su estructura de imagen y texto, se remontan, siguiendo a Ruiz Martínez (2018), al año 2000 en una librería londinense; estos primitivos memes respondían a reglas de construcción específicas similares a los emblemas, los cuales poseen un texto, una imagen y una intencionalidad.

Cabe remarcar que el concepto de meme surge en el libro *El gen egoísta* (Dawkins, 2002), donde se indica que el meme es semejante al gen biológico, solo que, colmado de información cultural con gran facilidad de replicación por otros individuos, y al que le tomará décadas en modificar algunos rasgos de las personas que lo hayan recibido; un concepto alejado del meme que se comprende hoy en día. Ahora, el meme se identifica por encontrarse principalmente en las redes sociales y estar conformado por un texto con una imagen de carácter cómico, cuya particularidad es la de ser replicado fácilmente alcanzando, así, una gran visualización.

Por lo general, los memes virtuales muestran un hecho, vivencia, opinión o perspectiva de la sociedad en la que se encuentra inmerso el sujeto, exponiendo su propia subjetividad; los memes constituyen, en cuanto discurso, una práctica social que distingue a quienes lo dominan de quienes no, como ciertos tipos de jerga permiten a sus usuarios reconocerse entre sí y eventualmente excluir a los no iniciados (Shifman, 2014, como se cita en Ruiz Martínez, 2018).

En los últimos años, los memes virtuales han comenzado a entregar mensajes con cierta trascendencia ideológica, siendo principalmente utilizados por algunos grupos o comunidades. Desde su énfasis en el humor comenzaron a transformarse en herramientas de transmisión de información sobre algunos hechos que se presentaban en un contexto, divulgándose de este modo mensajes y sus propósitos. La manipulación de los memes virtuales presenta algunas dificultades, por ejemplo: “el riesgo de la demagogia, y los argumentos fundados en el pathos y verosimilitud por encima de la racionalidad y la veracidad” (Ruiz Martínez, 2018, p. 1019). De cierta forma, la popularidad del meme se debe al humor que acarrea; al mofarse de una situación problemática presentada en algún territorio alcanza a transmitir la información necesaria a individuos o grupos, generando tanto penas como aprobaciones con sus respectivas consecuencias.

Los memes virtuales han influenciado la cotidianidad de las personas, especialmente de los jóvenes, quienes reflejan sus vivencias, lenguaje, comunicación, opiniones e ideologías a través de estos, logrando a su vez comunicar ante sus compañeros, familiares, entre otras personas, aquello que se les dificulta nombrar. De hecho, mediante el meme, realizado por individuos o grupos, se produce un diálogo entre la imagen y el texto que busca que el espectador procure cierta coherencia entre los elementos del meme virtual, dotándolo de un significado concreto para generar una reacción: “Las personas actúan sobre la base del significado que atribuyen a los objetos y situaciones que le rodean” (Riascos Reyes & Sosa Collazos, 2017, p. 16).

La importancia de los memes virtuales radicará en sus contenidos ideológicos, los cuales, masificados por las redes sociales, serán aprobados y/o compartidos por los individuos o grupos conforme a sus propias cosmovisiones; en caso contrario, se mostrarán tanto inconformes como disgustados con el mensaje del meme, forjándose una mayor cohesión con aquellos que posean esta misma sensación y llegando en algunos casos a la disociación grupal. En ocasiones, el meme será el mensaje entre el individuo y el grupo, e influenciará la construcción personal ideológica de alguno de los participantes a partir del intercambio del lenguaje, haciendo uso del chiste para lograr dar a conocer el mensaje.

Así, pues, mientras el individuo interactúa con los otros por medio del meme virtual, también se transforma en un emisor de cierto lenguaje junto a su contenido, lo cual tendrá un efecto en la comunicación y el comportamiento de aquellos que conformen sus grupos de referencia como familiares, amistades, entre otros. La comunicación de este tipo de memes virtuales puede generar tanto un rechazo como una aprobación hacia la persona que lo compartió, junto a sus contenidos ideológicos, acercándose el grupo a una misma ideología o, por el contrario, distanciándole al no compartir estos mismos contenidos.

Actualmente, los jóvenes juegan un papel fundamental en la sociedad mientras construyen sus propias identidades en la interacción con los otros. Según Riascos Reyes y Sosa Collazos (2017), los jóvenes, al ser una población sociable, se encontrarán aceptados en ciertos grupos, haciendo de sí mismos una construcción desde la interacción de significaciones con los demás. En esta formación de identidad serán tanto receptores como transmisores de símbolos que afectarán las acciones de los otros.

Ahora bien, siguiendo a Tajfel (1984), un “grupo denota una entidad cognitiva que es significativa para el individuo en un momento determinado y debe distinguirse del modo en que el término grupo se usa cuando denota relaciones cara a cara entre una serie de personas” (p. 291); esta definición la podemos ver también apoyada y utilizada por Cantor-Silva et al. (2018) en su investigación de redes sociales e identidad social. En este espacio de construcción, en donde se interactúa con los miembros de un grupo, opera la identidad, pero ¿de qué tipo? Hogg y Vaughan (2010) sugieren que se presentan dos categorías de identidad: la social, que hace alusión al concepto que se tiene de sí mismo partiendo de los grupos de referencia, y la personal, que consta de las relaciones propias del sujeto, su propia forma de sentir, pensar y comportarse.

En nuestros tiempos se constituyen grupos mediante diferentes redes sociales, lo cual ha permitido otros canales o formas de comunicación, entre ellas, la cibercomunicación, que se define como “el proceso de la comunicación mediatizado a través de internet, y a través de las redes sociales en general” (Arab y Díaz, 2015, p. 9). En la cibercomunicación quedan expuestas las diferentes ideologías con las que interactúan los individuos y que aportan a la construcción de su identidad social. Artículos como los de Andrade Medrano (2017) y Muros (2011), que ocuparon la ideología desde la masa, observaron que la percepción que el individuo tiene ante determinado aspecto o creencia es influenciada por el grupo social al cual se encuentra inscrito. Así mismo, según Maalouf (2004), la construcción de una identidad social y una identidad virtual se diferencian por la socialización con algunos grupos; esto es también apoyado por la investigación de Muros (2011).

Al considerar que los seres humanos son el resultado de una construcción de elementos generados por una cultura, se asume que cada elemento que integra al sujeto para tener una creencia ha sido un atributo de su mismo contexto, por lo cual contiene algunos factores que lo vinculan a esa misma comunidad. Por lo tanto, cabe preguntarse, ¿cómo será la contribución de los contenidos ideológicos de los memes virtuales, que son un pequeño contenedor de información –cultural, política, ética, humorística, entre otras–, a la identidad social de los jóvenes?

Método

La presente investigación tuvo un enfoque cualitativo bajo el propósito de obtener la información sin manipular los significados o el contexto, a partir de la narración misma de los participantes y siguiendo los aportes dados por las autoras Batthyány y Cabrera (2011). Así mismo, se tomó en cuenta la metodología fenomenológica que, citando a Berenguera Ossó et al. (2014), parte del propósito de tomar la experiencia de los participantes sobre los elementos a indagar para ser analizada y lograr comprenderla junto a las singularidades propias surgidas en cada entrevista. Precisamente, es esto el apuntalamiento de la fenomenología, el cual se resume de la siguiente manera: ¿Cuál es el significado, estructura y esencia de la experiencia vivida de este fenómeno para esta persona o grupo de personas? (Patton Quinn, 2002).

Siguiendo a Berenguera Ossó et al. (2014) se realizó un acercamiento a las experiencias de los estudiantes para rastrear su interacción con los memes virtuales en su cotidianidad. Ello permitió dar cuenta de los intercambios interpersonales a partir de memes virtuales que realizaban los participantes con otros individuos o grupos y así conocer cuáles son sus preferencias ideológicas mostradas a partir del meme; asimismo, se conoció la forma en que los diferenciaba o asemejaba respecto de los diferentes grupos de referencia o también de individuos cercanos que compartían otros tipos de memes virtuales.

Para ello se utilizó la metodología hermenéutica con el propósito de buscar más allá del discurso de los entrevistados y estudiar los posibles mensajes ideológicos de los memes virtuales hacia los cuales se mostraban mayormente inclinados, reflejando su contexto sociohistórico enmarcado por su vida cotidiana. De hecho, “el término ‘hermenéutica’ significa ‘interpretar, esclarecer, descifrar, revelar o traducir el lenguaje’ (texto). Es decir, que alguna cosa se vuelve comprensible o se lleva a la comprensión” (Berenguera Ossó et al., 2014, p. 68). Para ello, se debió establecer una muestra a conveniencia en cuanto a lo que intentaba recoger la investigación; esta muestra se conformó por 5 estudiantes del pregrado de Psicología de la Universidad Católica Luis Amigó de Medellín, Colombia, con edades que oscilaban entre los 20 y 21 años de edad.

La muestra por conveniencia indica que los participantes fueron seleccionados cuidadosamente, ya que representaba las características necesarias para responder a los objetivos de la investigación, siguiendo los lineamientos de Hernández Sampieri et al. (2014). Los participantes debían cumplir con los siguientes requisitos: activos en redes sociales, que compartiesen de forma recurrente memes virtuales y conocieran varias páginas con este tipo de contenidos.

Las páginas aportadas por los participantes suelen ser reiterativas con sus publicaciones de memes virtuales. Las interacciones de los usuarios con estas se evidencian en el número de “me gusta” que suelen recibir. Estas páginas fueron de utilidad para recoger una muestra inicial de memes virtuales para ser analizados, teniendo en cuenta que varios de estos (algunos cargados con ideologías políticas) ya los conocían los estudiantes.

En cuanto a la recolección de información (materiales), esta se dividió en dos partes. La primera fue de carácter individual, y se les solicitó a los participantes que compartiesen con los entrevistadores aquellos memes virtuales que considerasen de gran importancia y que hayan guardado y/o remitido a sus grupos; la segunda consistió en conocer las páginas de memes virtuales que referenciaban los entrevistados. Ellos mismos debían escoger los memes con mayor número de “me gusta” para analizar su contenido ideológico, además de las páginas y publicaciones, sin dejar pasar los memes virtuales que solían también reconocer los entrevistados.

Dichos materiales fueron de gran utilidad, ya que los individuos y/o grupos relatan por medio de estos su historia, pensamientos (ideologías) o sentimientos. Los memes virtuales reflejan el contexto sociohistórico en el que se encuentra enmarcado un individuo, siendo emparejado con los materiales utilizados a partir de lo siguiente: “su difusión puede ser desde personal hasta masiva” (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 433).

El segundo de los instrumentos utilizados, consistió en las entrevistas semiestructuradas, dotadas de un carácter flexible como abierto, permitiendo profundizar en el discurso de cada sujeto. En caso tal de que faltase mencionar un tema específico que no estuviese planteado en las preguntas iniciales, se podía esbozar una pregunta nueva que surgiera en el momento de realizar las entrevistas, como lo recomiendan Blasco Hernández y Otero García (2008). Estas entrevistas se encuentran apuntaladas por la metodología fenomenológica, ya que “los datos se obtienen princi-

palmente mediante entrevistas individuales o grupales” (Berenguera Ossó et al., 2014, p. 67). El objetivo principal de las entrevistas fue identificar los diferentes intereses, gustos, motivaciones y opiniones de los participantes, siendo estos temas parte del contenido de sus ideologías. Conjuntamente, se realizó un paralelismo respecto al contenido que compartían a través de los memes virtuales, para observar qué de sus propias ideologías se mostraban allí, teniendo en cuenta tanto aquellos individuos como los grupos con los que se identifican y se enviaban este tipo de mensajes en que se reflejaban las ideologías compartidas.

Posteriormente, el análisis de la información dada por las entrevistas, como los memes virtuales compartidos por ellos, fue dividido en dos momentos. El primero implicó hacer uso del análisis del discurso con la información obtenida en las entrevistas; para ello se trabaja en el discurso a través de tres perspectivas sintetizadas de la siguiente manera: “función, construcción y variación” (Potter & Wetherell, 1987, como se cita en Vicente Sisto, 2012, p. 191).

En primer lugar, la función es la utilidad del meme virtual junto al uso que le genera el participante; la cuestión es que este no siempre es evidente, por lo tanto, en ocasiones se debe remitir al contexto del entrevistado para conocer su función real para él. En segundo lugar, la construcción se refiere a la forma en que el mundo se constituye para el individuo, siendo el mismo lenguaje lo que dota de significado a los hechos; estos significados hacen parte de la interpretación personal del contexto, siguiendo lo expresado por Flick (2007). Aplicada a la presente investigación, consistió en observar tanto los tipos de memes virtuales con los cuales los participantes se relacionaban o inclusive se identificaban, como las opiniones sobre el meme junto a su contexto, evidenciándose así sus construcciones sociales, políticas, educativas, éticas, morales, entre otras. Por último, la variación permite conocer el lenguaje cotidiano al igual que sus modificaciones relacionadas con su contexto, teniendo en cuenta su funcionalidad en el campo en que se desenvuelve el sujeto, como refirió Vicente Sisto (2012). De esta manera se accedió a las diferencias entre los discursos de los participantes y se revisó entonces su función como construcción con base en sus contextos, ligando de esta manera las tres perspectivas.

En el segundo momento del análisis de la información se aplicó la codificación temática, sin dejar de lado la codificación abierta, axial y selectiva. Este se centra en los grupos que pueden enriquecer de mayor manera el posterior análisis, por lo tanto, se define previamente a quienes se escogerán, al igual que el muestreo de este trabajo, al ser por conveniencia. El análisis se dividió en varios pasos, tomando como base a Flick (2007), quien recomienda introducirse primeramente en la descripción del meme virtual, pasando luego a profundizar en cada caso y finalizando con la ideología desde la virtualidad.

En cuanto a la descripción del meme, que consistió en analizar los contenidos ideológicos de los memes virtuales que compartían los participantes, se realizó de manera flexible por el carácter narrativo del entrevistado, junto a las características que lo llevaron a escogerlos, al igual que su posterior recolección.

Actualmente, el concepto de meme es comprendido por su vía virtual, a diferencia de la planteada por la visión antropológica mencionada de Dawkins (2002). Además, no se dejaron de tomar en cuenta algunos puntos de referencia sobre el meme, como el de García Huerta (2014), quien lo definió como otro medio en el que se transmite un cierto suceso, como material, o también una idea que logra tomar la forma de una imagen, ya sea un video, música, frase o chiste, lo cual es previamente escogido, transformado y comunicado o, en su defecto, divulgado a las personas mediante Internet. Al observar que las personas tenían perspectivas diferentes acerca de los memes virtuales, fue necesario profundizar en cada uno de los casos.

Así que se realizó un análisis de profundización en los puntos de interés con el cual se crearon una serie de códigos utilizando la “codificación abierta” y posteriormente la “selectiva” para obtener “dominios temáticos y categorías para el caso individual” (Flick, 2007, p. 202). De esta manera, surgieron los siguientes códigos: usos del meme, pertenencia, identidad, diferenciación (alteridad), postura, expectativas, posiciones ideológicas (contenidos).

Luego de analizar la entrevista de la prueba piloto, se compararon las categorías y los dominios temáticos. Más tarde, se estableció una organización de temas o códigos corrigiendo los pasados códigos y añadiendo otros que fueron nombrados como “códigos emergentes”, ya que surgieron nuevos elementos en el momento de realización de las entrevistas. A partir de las entrevistas, se compararon los siguientes códigos emergentes: humor, comunicación, postura ideológica, tipos de memes, emociones, tendencia, almacenamiento y vinculación.

La estructura temática desarrollada sirvió para comparar citas con citas con el mismo código, códigos con códigos a la luz de los objetivos, y la búsqueda de la relación entre los análisis con los objetivos de investigación. Así, la distribución social de perspectivas sobre el problema en estudio fue evaluada, siendo finalmente descartados algunos códigos no relevantes para realizar su comparación y el análisis final; ello dio paso a los resultados, junto con las discusiones, teniendo en cuenta los lineamientos de Flick (2007). De esta manera, ya depurados los códigos se procedió a revisar la ideología desde la virtualidad en los memes y su influencia en la identidad social.

La ideología es un concepto estrechamente relacionado con la identidad social puesto que a partir de esta el individuo encontrará cierta vinculación con la sociedad.

Las ideologías son la *base* de las creencias sociales compartidas por un grupo social. En otras palabras, así como los axiomas de un sistema formal, las ideologías consisten en aquellas creencias sociales generales y abstractas, compartidas por un grupo, que controlan u organizan el conocimiento y las opiniones (actitudes) más específicas de un grupo. (Van Dijk, 2006, p. 72).

El hombre ha naturalizado sus sistemas de creencias tomados de la sociedad, circunscribiéndose en su cotidianidad y reafirmando que “la ideología funciona cuando es invisible” (Žižek, 2008, como se citó en Porras Velásquez, 2009, p. 2). Tras esto, se ha de poner en juego al meme virtual en torno al contenido ideológico, que pasa tan desapercibido con sus mensajes implícitos que pareciese no haber problemas con ellos.

La ideología –si bien tiende a ser transmitida de múltiples maneras dentro de la cotidianidad de las personas– puede transmitirse a través de los memes virtuales como un vehículo masivo que alcanza a múltiples receptores a través de las redes sociales en el que se facilita dicha transmisión.

Los nuevos medios de comunicación, hacen referencia a todas aquellas estructuras de comunicación que se dan en Internet y que caracterizan al nuevo espacio de comunicación, diferenciándose de los procesos de comunicación de masas, por su multimedialidad (el mensaje es susceptible de ser construido y transmitido mediante texto, imagen o sonido). (Cornejo & Tapia, 2011, p. 221).

Resultados

Con base en el análisis del discurso se expondrán los resultados principalmente desde las tres perspectivas referidas anteriormente: función, construcción y variación.

Como función, se observó que el meme virtual puede llegar a servir como herramienta para identificarse o diferenciarse, mejorando la cohesión o alteridad del individuo con su grupo. También, los mensajes ideológicos que presentan influyen en la identidad de los individuos con sus grupos de referencia observando que comparten entre ellos intereses, gustos, motivaciones y opiniones. A su vez, el meme virtual ha sido de utilidad para los jóvenes en el momento de iniciar o sobrellevar una conversación; tal y como lo decía uno de los entrevistados “a veces uno utiliza memes para empezar una conversación, si usted no sabe cómo empezar una conversación con alguien pues manda un meme, o si la conversación murió, el meme lo manda” (Entrevista 2).

Al ahondar en la función del meme virtual, los jóvenes parten de la operatividad caracterizada por el humor bajo la finalidad de revelar situaciones de opresión social para algunos. En cambio, para otros, tan solo es una imagen y un texto que generan interés gracias a un número amplio de individuos o al grupo mismo, buscando simpatizar con los demás.

En la exploración se encontraron algunos comentarios que remiten al humor afirmando que, en determinados casos, el meme virtual para el individuo debe: “causar risa y como que todos piensen de una misma manera, o sea, generalizar una manera de pensar y de manera graciosa” (Entrevista 5). Más allá del humor, algunos jóvenes opinan que el meme es un medio de crítica social:

Para mí un meme es por así decirlo una manera satírica de ver una necesidad, tanto dentro del sistema social con respecto a los derechos... y no tanto a eso, porque también depende de la utilización que se tenga de este, pero normalmente se tiene en cuenta el impacto social. (Entrevista 4)

En las entrevistas se observó cómo el discurso de los jóvenes crea realidades a partir de la sociedad que los envuelve, la cual logra ser enmarcada en los memes virtuales, coincidiendo los entrevistados en que este medio es una forma de transportar el contexto social a otros individuos o grupos pudiendo el individuo expresarse con libertad, logrando entregar un nuevo significado

y burlarse de la misma sociedad en la cual la persona está circunscrita, como en el siguiente ejemplo: “Para mí, la función del meme en la política es resignificar y reírnos de nosotros mismos, pues llegamos al grado de absurdo de lo que sucede en Colombia, lo convertimos en una forma de reírnos” (Entrevista 1).

Es importante destacar que el discurso de los jóvenes se ha ido adaptando en torno a las diferentes formas de comunicación, de tal forma que por medio de una sola imagen comprenden la intención del otro, e inclusive se condensa una expresión en un solo meme virtual. Esto también hace sospechar que la comunicación entre distintas generaciones se ha mostrado significativamente modificada, ya que como algunos entrevistados exponían, su comunicación es mucho más directa sin necesidad de ampliar explicaciones.

El meme virtual se ha transformado, así, en un canal de comunicación que lleva impreso un mensaje intencionado para establecer una relación entre dos o más individuos dependiendo de los intereses, gustos u opiniones, y para ser replicado con pares, amigos, familia, entre otros. En las siguientes dos citas se evidencia la importancia del meme virtual en su forma comunicativa, siendo una herramienta esencial en esta hipermodernidad: “A mí me parece muy bacano, que es una manera también de comunicarnos, de expresar como una emoción, por medio de una imagen graciosa, de un símbolo gracioso” (Entrevista 2); “Se vuelven como... como que estilos de comunicación, estilos para comunicarse con la gente... como que usted está referenciando a toda hora algo, o llegan a transmitirse emociones, tal y como se presentan en situaciones cara a cara” (Entrevista 4).

No obstante, los contenidos comunicativos se encuentran relacionados con otros aspectos, por ejemplo, las tendencias imperantes de la Web 2.0, cuyos contenidos varían en un amplio espectro de temas, entre ellos, noticias sucedidas a nivel territorial colombiano, al igual que de forma internacional. Estas tendencias traen consigo uno o varios memes virtuales, empero, al haber tal cantidad de memes, en ocasiones los entrevistados no escatiman el humor utilizado, ni caen en cuenta qué ideologías están en esos memes virtuales. Al ser compartidos velozmente, se les pasa por alto a quiénes les fue compartido dentro de sus grupos de referencia el mensaje. Algunos serán rechazados, otros aprobados, pero siempre generan canales de comunicación entre individuos o con el mismo grupo, provocando en ocasiones ciertos ataques a sus propias ideologías de parte del grupo a los entrevistados.

En el estudio se halló que los jóvenes en su interacción suelen enviar preferiblemente los memes virtuales a grupos de amistades con los cuales hay un previo conocimiento, lo que revela un sentido de afiliación con sus cercanos, que sitúa en gran medida el humor como factor principal, sin restarle importancia tanto a los gustos como a las opiniones que aportan a la identidad entre ellos. No obstante, no siempre sucede así, en el momento en que un meme sobrepasa sus límites humorísticos, puede conllevar que abandonen el grupo en el que se encontraban vinculados.

En ciertos momentos, cuando algunos de los jóvenes envían memes virtuales que difieren con la forma de pensar cohesionada del grupo o alguno de sus miembros, estos prefieren no compartirlos, suelen ignorarlos o inclusive denunciarlos en casos de alta sensibilidad o de opiniones contrarias al grupo, experimentándolos de manera desagradable. Algunos de estos ejemplos pueden ser la burla a los casos en los que se presentan suicidios y han sido objeto de escarnio público.

En otras ocasiones, al enviar memes virtuales contrarios a las ideologías del grupo, de parte de los entrevistados suelen surgir ciertas disputas entre los miembros del grupo con los entrevistados. Los entrevistados, en su mayoría, no solían volver a enviar sus memes virtuales con el fin de no generar disgustos, pero algunos están dispuestos a discutir en cuanto al contenido enviado. Por tanto, aquella relación que la persona tenga con algunos de sus grupos no será impedimento para abandonar el tema que le disguste, pero se abstendrá de abrir de nuevo el tema con su grupo.

Sin embargo, el centro de atención gira alrededor del humor, siendo lo manifiesto, lo obvio, mientras que los gustos, motivaciones, junto a las opiniones (ideologías), han sido factores que unen a los miembros del grupo y generan mayor afiliación del individuo al grupo influyendo en su identidad social. Dichos factores no suelen estar explícitos en el discurso de los entrevistados, pero sí de manera latente.

De hecho, la identidad social fulguró en las siguientes afirmaciones, demostrando no siempre ser el grupo quien determina el comportamiento de los participantes, pues el mismo individuo tiene autonomía y pensamiento crítico ante aquellas ideas o formas de pensar con las cuales no concuerda: “cuando hablo de la identificación no hablo solo de mí, sino que todo el grupo se identifique, entonces de pronto hay alguno (meme) que no me da gracia o no he vivido esa situación, entonces no lo comparto” (Entrevista 4).

Ahora, en la respuesta de los entrevistados acerca de los memes virtuales que no comparten se hallaron algunos puntos como el siguiente: “no respondo, si es un grupo de WhatsApp o de Instagram no respondería, si es directamente a mí, también lo ignoro o digo no estoy de acuerdo, no me gusta o lo saboteo” (Entrevista 1). Para estos saboteos incluso se utiliza una respuesta con otro meme virtual o utilizando el mismo con otro mensaje, de cierto significado de contra-meme. Los mensajes con los cuales no están de acuerdo muestran la postura del individuo frente a los memes virtuales de los demás, no aceptándolos completa o parcialmente. Sin embargo, hay un punto constante en los relatos de los entrevistados, es el hecho de guardar silencio respecto de sus opiniones o de simplemente ignorar el meme virtual para no generar un conflicto a nivel intergrupalo, por lo que sí es importante para ellos la forma en como tomará el grupo aquellos mensajes que intentan los entrevistados decir. Por ello, luego de recibir el meme virtual opuesto a sus formas de pensamiento, una de las opciones de los participantes suele reposar en generar una conversación posterior, que bien puede asumir una actitud a favor, en contra o inclusive saboteadora, tratando de impedir que se abra una mayor discusión acerca del mensaje enviado del meme.

Es importante resaltar que otros jóvenes hacen alusión al suicidio como una problemática incómoda de abordar desde los memes virtuales, por tanto, asumen una posición en contra de los mensajes o la propagación de estos mismos, pues para ellos el suicidio posee un contenido delicado y piensan que tras esta problemática se encuentran muchas más personas afectadas. Así que no todo para ellos será objeto de humor; el humor tiene límites que radicarán también en su cosmovisión del mundo. En la siguiente cita se refleja el malestar que generan los memes que abordan estos contenidos de “humor negro” acerca del suicidio:

No me gusta el mensaje que manda, porque se sigue atacando a la persona que se suicidó y sabemos que también hay una familia atrás, que también ve ese contenido y no solo el meme como tal, sino los comentarios que vienen después. (Entrevista 1)

Comparando este caso con lo dicho por el entrevistado 2, dicho joven hace alusión a un meme virtual de un suicidio en pareja, “cuando se meten con muertos, con personas que de verdad sufrieron algo, no, no me gusta” (Entrevista 2).

Así, pues, no solo las ideologías están soldadas a este instrumento, sino que las emociones que traen consigo algunas temáticas, además, se convierten en un imperativo que impulsa al joven a compartir o abstenerse de un meme virtual, presentándose en las entrevistas dos tipos de grupos en esta posición. El primero se denominó de rechazo, donde los participantes mencionaban emociones de repulsión ante el contenido por el cual se diferenciaban, relatando el “asco” por estos memes virtuales ante “ese humor tan negro”, como señalaba aquella persona de la entrevista 1. El segundo se caracterizó por la aceptación del meme virtual por medio de las emociones, allí los participantes describían las sensaciones generadas por estos, mostrando el agrado que les generaba el humor junto a algunos aspectos políticos o sociales. Estos mismos son los que serán compartidos más adelante a sus allegados. En resumen, se alcanza a observar que cuando son rechazados los memes, las emociones responden a una compostura ideológica de diferenciación; mientras que, de forma inversa, cuando estos se aceptan, responden a una postura identitaria y se produce una aceptación del meme a través de las emociones.

En cuanto a la postura ideológica de los jóvenes en el momento de enviar memes virtuales, los entrevistados expresaron que tenían en cuenta el humor representativo y el mensaje crítico ante personas, ideas, razones, intereses, posturas sociales y/o políticas con los cuales se apartan o participan de ellos, aunque, en ocasiones, por las tendencias que se encuentra en redes, pueden enviar un meme de forma impulsiva. El grupo y el individuo suelen ser razones por las cuales eligen el meme de su agrado, haciéndose palpable su identidad en ellos.

Para dar cuenta de este material, se tomaron los memes virtuales compartidos en la cotidianidad del individuo donde se connotaban aquellas posturas críticas sociales y políticas, sin embargo, a pesar de mostrarse a favor o en contra, los entrevistados no se nombraban militantes de algún partido político, ni concomitantes ante la derecha o la izquierda, o pertenecientes a alguna forma establecida de pensamiento, incluso algunos se reconocían como neutrales. Así pues, los memes

virtuales se muestran críticos ante ciertas posturas, aunque los entrevistados no se nombran desde un lugar en específico. En algunas ocasiones, también decían ser imparciales ante la información que recibían o compartían, más no estaban exentos de crear incomodidades que los llevaban a ignorar lo sucedido. En el estudio se hallaron algunos momentos en los que los jóvenes dividen la aceptación y el rechazo para proceder a compartir el contenido, no obstante, hay casos en los cuales los jóvenes prefieren evadir ciertos temas políticos como sociales y evitar discusiones, confirmándose nuevamente lo anteriormente comentado. Uno de los entrevistados comenta lo siguiente: “los memes polémicos, por lo general, los de política evito compartirlos, porque hay gente que se ofende mucho” (Entrevista 5); mientras que otro indica:

Ni siquiera soy de izquierda ni soy de derecha, pero si son de dirigentes políticos (memes orientados a este grupo de personas) pfff... o personas públicas, sobre todo, si son personas públicas, pfff. Y si no es algo tan grave como un suicidio, o temas delicados está bien. (Entrevista 2)

La emoción que genera un meme virtual acerca del contenido ideológico debe ser concomitante con las de los entrevistados, haciéndose importante para ellos si comparte con el meme un mismo aspecto ideológico, ya que para ellos solo tiene valor el contenido que nombran como “identitario”. Los entrevistados tratan de compartir con sus grupos de referencia esos memes que generan emociones de agrado, sintiendo con ello una mayor cohesión e identidad social. Sin embargo, al ser rechazado uno de sus memes, es como si rechazaran una parte de ellos que quisieron compartir con agrado, generando discusiones o posteriormente silencio. Para no generar mayor desagrado e incomodidad grupal y no incrementar la sensación de rechazo, el individuo puede ser obligado por su grupo a guardar silencio para evitar discusiones o enfrentamiento entre los miembros.

Discusión

Ahora bien, el meme, en sus formas generales, no posee un inicio claro; este medio se ha transformado para hacer parte de la cotidianidad de las personas, tanto para quienes los emplean, como para aquellos que se abstienen aún de compartirlos: “En este sentido, los memes tienen un origen incierto, anónimo, eminentemente popular, como los chistes o los cuentos folklóricos –tradicionales o urbanas–” (Ruiz Martínez, 2018, p. 999).

Dicha cita no hace referencia a su origen como término meme, sino a la fuente de donde parte el meme virtual, que además de ser anónimo suele encontrarse a lo largo como ancho de la Internet y, dentro de esta misma, de las redes sociales. Actualmente, este material representa una descarga sin dueño claro, siendo uno de los detalles principales por los cuales los jóvenes han prescindido de estos para luego modificarlos según sus preferencias, teniendo en cuenta la facilidad de masificación y efectividad en la transmisión del mensaje compuesto tanto por una imagen como por un texto corto.

Ruiz Martínez (2018) realiza el símil entre el emblema y el meme, ya que este primero intenta, por lo general, poner en relieve una denuncia, inconformidad o malestar en un grupo de personas afines a una misma idea ante ciertos hechos, donde incluso se comparte una misma ideología. El meme virtual como el emblema, más que en su construcción o su forma característica, ha radicado su éxito en la masificación y velocidad con la cual los jóvenes pueden denunciar sus inconformidades ante eventos como diferencias políticas, siendo en mayor medida resaltado en épocas electorales. A pesar de esto, su principal característica radicará en presentar una intencionalidad clara a través de un mensaje, como expone Ruiz Martínez (2018), transformándose en un componente cultural que hace énfasis en su carácter humorístico y revela consigo un amplio contenido social.

El humor del meme virtual es la herramienta con la que los jóvenes se desenvuelven con soltura. Siguiendo a Troncoso (2014), actualmente los jóvenes someten sus propias dificultades y angustias a la ridiculización, a diferencia de las pasadas generaciones que tenían momentos destinados al humor donde condensaban sus penurias. El joven encuentra en ello una manera de adaptarse a la realidad contemporánea, siendo el humor ese nuevo medio para dotar de significado a los acontecimientos que tienen lugar en el país –una mofa de la propia realidad que la hace más soportable–, los cuales, inminentemente, afectan a diferentes personas, en especial a los jóvenes.

Es necesario tener en cuenta, incluso que: “las variedades del humor son de una extraordinaria diversidad, según sea la naturaleza de la excitación del sentimiento ahorrada en favor del humor: compasión, enojo, dolor, enternecimiento, etc.” (Freud, 1905/1980, p. 219). El humor y las emociones, así como los sentimientos, pueden encontrarse vinculados entre sí, relacionados con algunos temas como situaciones personales o sociales en las cuales se utiliza lo humorístico para comunicar aquello que incomoda; por ello, en el meme virtual, a pesar de la gran diversidad de sus contenidos humorísticos, tiende a estar involucrada una excitación dada por los sentimientos que ayuda a exponer aquello que para los entrevistados les resultaría difícil comentar o expresar de otra manera.

Entre tanto, se reconoce al meme virtual como propio del carácter contemporáneo de la sociedad en la que nos encontramos, sin embargo, desde épocas anteriores ya se hacía referencia al “meme” de Dawkins (2002), que no se encuentra alejado del meme virtual, ya que este último contiene aspectos culturales y toda clase de información que será rápidamente transmitida con gran facilidad. En este sentido, el meme virtual podría transformarse en un facilitador del joven para transmitir pensamientos, gustos, posturas y sistemas ideológicos a través de la virtualidad. Así, en los memes virtuales no solo se refleja la subjetividad del individuo, sino las ideologías de estos como aquellas de sus grupos referenciales. Los memes virtuales utilizados tanto por individuos como por grupos se han convertido, algunos de estos, en símbolos que sirven para aunar tanto como disgregar a sectores propios de cada contexto, todo ello a través del humor.

Herbert Blumer (1969) fue quien contrastó el concepto de interaccionismo simbólico en el texto *Interaccionismo simbólico* y logró realizar aportes más puntuales, específicamente a partir de tres supuestos que resume la investigación de Rizo García (2011), quien también se apoyó en la investigación sobre los memes de Riascos Reyes y Sosa Collazos (2017). Rizo García (2011) resalta, primero, que el interaccionismo simbólico se preocupa por la interpelación entre los sujetos como los símbolos dados a partir de sus actividades interactivas. Dicho autor propone tres puntos esenciales en los cuales se sustenta el interaccionismo: el primero implica que los hombres se comportan según las significaciones que tienen de las cosas o, en su defecto, las personas actúan sobre los significados que le proporcionan a su realidad; la segunda abarca aquellas significaciones que se producen de la interacción con otros actores en sus entornos; y la tercera alude a que las significaciones serán utilizadas como instrumento de interpretación con su entorno, además de verse este modificado, también, por la interacción con otros actores sociales. Es decir, tanto las interacciones como las construcciones de significados son dos momentos cercanos en el intercambio que realizan los sujetos con los otros, aunque no solo es la interacción social aquella que influye en que los individuos se permeen de la cultura, como lo menciona Taguenca Belmonte (2016). La formación de las identidades dependerá de que los individuos en sociedad sean capaces de tomar e internalizar los significados de sus medios contextuales, al igual que culturales. Estos significados los puede atribuir cualquier grupo en el que se encuentre inmerso el sujeto, por ello su importancia como transmisores de significados.

De hecho, las ideologías políticas se están transmitiendo inclusive por los medios virtuales; Rúas Araújo y Casero Ripollés (2018) señalan que los medios digitales han generado hasta ahora dos efectos en la comunicación política; primero, se han adentrado nuevas formas de comunicación, como estrategias para aquellos que actúan en la política; segundo, los mismos miembros de la sociedad que cuentan con escasa participación política ahora disponen de instrumentos necesarios para generar y difundir sus opiniones, participando de la contribución política, mostrando sus opiniones a través de los memes virtuales e influenciando en la identidad social de diferentes grupos de jóvenes.

Una de las secuelas observadas durante la investigación es aquella sobre la identidad social, definida por Tajfel (1984) como aquel conocimiento que conserva un individuo al pertenecer a ciertos grupos sociales, además de su significación emocional y el valor que tiene para el individuo dicha pertenencia a sus grupos de referencia. Esta definición de identidad social es tomada también en la investigación de Scandroglio et al. (2008). A su vez, “la identidad social es el punto de encuentro entre el individuo y la sociedad, entre los acontecimientos sociales y el funcionamiento psicológico del sujeto” (Blanco et al., 2005, p. 151). Esta identidad posee cierto componente individual, pues rescata la importancia que tienen las emociones, gustos e intereses del propio individuo; empero, la investigación permitió observar cómo los factores afiliativos, tales como la alteridad, están en gran medida influenciadas por variables individuales de parte de los participantes hacia sus grupos de referencia. Por esta misma vía están estrechamente relacionadas tanto la ideología como la identidad social.

En este sentido, Erikson (1968) señala que la formación de la identidad implica que los sistemas ideológicos se enfrentan por tratar de convidar a su mundo las más convincentes ideas sobre la moralidad, lo social, la política, de manera que los jóvenes puedan creer y aferrarse a sus sistemas ideológicos para que así su identidad no sea derrumbada: “En dicho contexto, los jóvenes configuran su manera de relacionarse con los asuntos políticos, económicos y sociales; a la vez que adoptan un sistema de valores o una ideología que guía su accionar” (Ramos Galarza et al., 2018, p. 169), definición para la que se apoya también en Erikson (1968).

A partir de las ideologías, los individuos encuentran una vinculación con la sociedad. Al estar circunscritos en esta, compartirán a través de diversas maneras con diferentes grupos, aumentando el sentimiento de afiliación y aislándose de otros grupos, produciendo alteridades con diferentes colectividades que no compartan sus ideologías. En ocasiones pareciese olvidarse que las ideologías controlan las opiniones y actitudes del grupo, y que las opiniones compartidas deben ser importantes para la interacción, coordinación y reproducción de los grupos, puesto que actúan como juicios que requieren valores y principios generales que son normalmente variables de grupo a grupo y que definen la competencia, la lucha y la desigualdad (Van Dijk, 2006, pp. 72-73).

Así, pues, las ideologías, aparte de ser sistemas básicos de cognición social conformados por representaciones mentales compartidas en un grupo, se inscriben dentro de creencias generales tales como conocimientos, opiniones, valores, criterios de verdad, entre otros; también se encargan de unir a los individuos estableciendo las opiniones, actitudes, juicios y valores de los miembros para que surja la cohesión grupal entre los individuos. Por ello, el grupo debe adoptar al individuo para lograr pertenecer a esta y, a su vez, poder existir, lo cual hará que tenga una opinión sobre aquello que lo rodea; esto es explicado mejor en la siguiente cita:

Se reconoce que ningún individuo puede existir sin la masa o la sociedad y por lo tanto siempre todo individuo tiene su postura ideológica, ya sea a favor o en contra del régimen, y esta va estar dada por la sociedad y las ideas personales de cada uno y a la vez toda esta postura es instaurada inconscientemente desde el sistema y su influencia, en este caso de la propaganda y los discursos que esta transmite. (Andrade Medrano, 2017, p. 37).

Las ideologías compartidas en los grupos producen una interacción constante entre los mismos miembros, estableciendo cierta igualdad entre sus individuos, por lo que las diferencias entre ellos podrían ser borradas, así como sancionadas las ideas, comportamientos u opiniones que difieran con el grupo, implicando posteriormente, en los casos más extremos, la expulsión o la exclusión del individuo.

En consecuencia, al ser parte de sus sistemas de cognición social, el hombre ha naturalizado la ideología imperativa en sus vidas, pasando desapercibida en su cotidianidad; de hecho, Di Pasquale (2012) tiene en cuenta tanto a Žižek como a Bourdieu para postular que: “la ideología para ser efectiva debe permanecer invisible ante nuestros ojos, por ello, resulta difícil registrarla como tal” (p. 110). Al ser invisible, las personas expondrán en diferentes instrumentos, momentos o lugares

sus ideologías, como en este caso en los memes virtuales; incluso algunos participantes se calificaron como neutrales ante la política de su país, pero los memes virtuales entregados se encuentran cargados por ideologías opuestas a las de sus mandatarios.

El contenido de los memes virtuales, constante, masificado, compartido y amado por muchos, se ha adentrado no solo en la cotidianidad de las personas, sino también en campañas electorales para desprestigiar socialmente a una institución u otros personajes, tanto para favorecer como para generar oposición. Han pasado desapercibidos sus mensajes manifiestos y latentes como la intencionalidad del meme virtual, al igual de quien lo comparte, “así, el meme posee un potencial comunicativo, cuyo sentido es compartido únicamente por aquellos que lo han incorporado dentro de sus bagajes simbólicos” (Pérez Salazar et al., 2014, p. 81).

El último de estos factores hallados, aunque ya fue mencionado con anterioridad, es la alteridad. Los individuos buscan el reconocimiento de su grupo social haciéndose partícipes de dichos grupos a costa de su propia individualidad y, en algunas ocasiones, perdiéndose cierto límite entre el individuo y su grupo de referencia. En los momentos en que el participante toma distancia del grupo situándose desde su propia subjetividad, su postura puede ser tanto validada como invalidada, repercutiendo en dicho límite y generando incomodidad posterior al sujeto. Singal (2018) es mucho más contundente con esto:

Eso se debe a que las nocivas dinámicas sociales de estos espacios en línea promueven la idea de que cualquiera que no esté de acuerdo contigo sobre un tema controvertido, aunque sea un leve desacuerdo, es incorregiblemente tonto, malvado o sospechoso. En una amplia y creciente gama de temas no existen los desacuerdos de buena fe. (párr. 8)

Por lo tanto, quien se distancie del grupo será atacado o también podría ser apartado de este u obligado a guardar silencio, tomando un lugar irrelevante dentro de su grupo. En caso contrario (afiliación), la postura ideológica semejante a los demás aportará a la vinculación de los participantes y reforzará la identidad social de ellos, llegando a ser incluso alguno un miembro reconocido y exaltado por los demás.

De hecho, antes de compartir un meme virtual, las personas se encuentran alertas a las ideologías del grupo, con el fin de generar agrado y evitar, así, la mayoría de las veces, algún tipo de contienda; es decir, las personas saben que no todo lo que se comente o comparta será aceptado y, por lo tanto, reconocen que deben guardar silencio con algunos asuntos –incluso, en el momento de recibir un meme virtual poco agradable, algunos suelen ignorarlo para evitar el malestar que les puede generar–. Esta idea es concomitante con Castells (1999) cuando expresa lo siguiente: “Para un individuo determinado o un actor colectivo puede haber una pluralidad de identidades. No obstante, tal pluralidad es una fuente de tensión y contradicción tanto en la representación de uno mismo como en la acción social” (p. 28).

En el caso de los participantes de este estudio, conocer las ideologías del grupo facilita o resquebraja el vínculo entre ellos a través de los memes virtuales, generando consecuencias en su afiliación o alteridad que se reflejan en su identidad social con el grupo de referencia mediante cierta incomodidad o, por el contrario, una mayor comodidad al sentir que pueden compartir aquello de lo que no se atreverían a entregar a los demás.

Conclusiones

La influencia que generan los memes virtuales se muestra en su misma masificación, es decir, en las páginas o grupos específicos mediante los cuales se comparten ciertos contenidos donde se observan radicalizaciones de opinión, surgiendo así aprobaciones o desaprobaciones en relación con ciertas ideologías, personas, objetos, entre otros. Se destaca allí que el humor permite la transmisión de los memes virtuales, a pesar de que el contenido sea recibido con poco agrado, compartiéndose con mayor facilidad por las redes y formando tendencias a partir de su uso. Sin embargo, el humor del meme virtual será el encubrimiento que el participante le dará a su intencionalidad del mensaje, pensamientos y emociones insertados en él.

Se evidencia que las tendencias suelen estar permeadas por la inmediatez, expandiendo, a su vez, algún hecho controversial y replicándose por las redes sociales a través de los memes virtuales. Estos hechos pueden albergar muertes por suicidio, un nuevo decreto a nivel nacional, eventos deportivos, entre otros. No obstante, para los participantes, los memes virtuales con los que se muestran en desacuerdo para compartir o mofarse de ellos son, precisamente, aquellos en los que el sufrimiento y la afectación de más personas se ven implicadas. No obstante, la utilización del humor será impedimento, en algunos casos, para abandonar el tema, absteniéndose de tratarlo con su grupo; por ende, el humor comprende límites, y el mayor de ellos es el sufrimiento del otro.

Por otra parte, la identidad social de los jóvenes se manifiesta a través de los contenidos ideológicos de los memes virtuales, pues en ellos se exponen sus sistemas de cognición social, es decir, creencias generales como conocimientos, opiniones, valores, criterios de verdad, intereses, gustos, motivaciones, etc.

Asimismo, el meme virtual se ha tornado en un factor privilegiado para la vinculación entre los jóvenes, siendo resaltada mediante su uso su identidad. De hecho, suelen utilizarse en el momento de iniciar una conversación, causar emociones, exponer posturas, preferencias, como también mejorar la cohesión entre individuos o entre el individuo y los grupos.

Para los participantes, conocer la ideología del grupo facilitaba o resquebrajaba el vínculo en el momento de ser compartidos los memes virtuales, generando consecuencias en la afiliación o alteridad en el grupo. Cabe añadir que el contenido ideológico que lleva consigo el meme virtual puede influir en la manera en que el individuo se observe con su grupo de referencia, por consiguiente, su identidad social se verá involucrada.

Ahora, no todos los memes virtuales se aceptan por completo, algunos se hacen de forma parcial e inclusive otros son rechazados. Los rechazados suelen ignorarse; en su mayoría, los entrevistados expresaban que preferían guardar silencio respecto al contenido que este traía para no contender con los demás miembros del grupo, ya que se podría generar un rechazo al sujeto, ser ignorado o inclusive expulsado. Para los entrevistados, posee valor el contenido que nombran "identitario" en los memes virtuales desde sus propias ideologías, teniendo en cuenta que no solo las opiniones son relevantes, sino que también las emociones dominantes que promueven al joven a rechazar, ignorar, aceptar y/o compartir el meme virtual, e inclusive influyen disputas dadas en sus grupos. Esta es una de las formas de observar que las emociones se encuentran soldadas junto a las ideologías.

Aunque frente a los memes virtuales los participantes se muestran críticos respecto de sus contenidos, los entrevistados no se nombraban desde un lugar en concreto con relación a sus ideologías, a pesar de compartir, aceptar y seguir un gran número de páginas de memes virtuales sobre un tema en concreto: sus discursos, opiniones políticas, rechazo social, activismo, entre otros, daban cuenta de ello; más bien, los entrevistados ignoraban sus ideologías marcadas en los memes virtuales haciéndose invisibles para estos.

Pero, no solo es posible la relación entre los contenidos ideológicos de los memes virtuales y la identidad social, sino que ella puede afectar ya sea la afiliación o la alteridad, llevando a la reflexión del individuo en cuanto al valor de su pertenencia a aquellos grupos referenciales y, a su vez, traerle preguntas acerca de sus opiniones, posturas y emociones.

Finalmente, algunos grupos con indiscutibles ideologías pueden aprovechar los memes virtuales para influenciar sistemas de cognición social y obtener ciertos resultados sobre los individuos, tal como en las últimas campañas electorales en diferentes lugares del país han dado muestra de su influencia en los jóvenes. Es posible observar en un futuro próximo cómo el meme virtual será utilizado por diferentes grupos para realizar campañas de todo tipo y así generar mayor cohesión y diferenciación grupal con el fin de lograr sus cometidos.

Conflicto de intereses

Los autores declaran la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Andrade Medrano, J. C. (2017). *Las redes sociales como lugar de construcción de contrapoder* [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/13621>
- Arab, L. E., & Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2014.12.001>
- Batthyány, K., & Cabrera, M. (2011). *Metodología de la investigación en ciencias sociales: apuntes para un curso inicial*. Universidad de la República. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/26551>
- Berenguera Ossó, A., Fernández de Sanmamed, M. J., Pons Vigués, M., Pujol Ribera, E., Rodríguez Arjona, D., & Saura Sanjaume, S. (2014). *Escuchar, observar y comprender. Recuperando la narrativa en las ciencias de la salud. Aportaciones de la investigación cualitativa*. Institut Universitari d'Investigació en Atenció Primària Jordi Gol. <https://es.slideshare.net/jgdedios/escuchar-observar-comprender>
- Blanco, A., Caballero A., & de la Corte, L. (2005). *Psicología de los grupos*. Pearson Educación.
- Blasco Hernández, T., & Otero García, L. (2008). Técnicas conversacionales para la recogida de datos en investigación cualitativa: La entrevista (I). *NURE Investigación*, (33), 6. <https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/408/399>
- Cantor-Silva, M. I., Pérez-Suarez, E., & Carrillo-Sierra, S. M. (2018). Redes sociales e identidad social. *Aibi Revista de investigación, administración e ingeniería*, 6(1), 70-77. <https://doi.org/10.15649/2346030X.477>
- Castells, M. (1999). *El poder de la identidad*. Siglo Veintiuno Editores.
- Cornejo, M., & Tapia, M. L. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en Humanidades*, 12(24), 219-229.

- Dawkins, R. (2002). *El gen egoísta*. Salvat Editores.
- Di Pasquale, M. (2012). Notas sobre el concepto de ideología. Entre el poder, la verdad y la violencia simbólica. *Tabula Rasa*, (17), 95-112.
- Erikson, E. H. (1968). *Identidad, juventud y crisis*. Paidós.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Ediciones Morata.
- Freud, S. (1905). "El chiste y su relación con lo inconsciente". En J. Strachey (Ed.) y J. L. Etcheverry (Trad.). *Obras Completas* (Vol. VIII, pp. 1-237). Amorrortu.
- García Huerta, D. (2014). Las imágenes macro y los memes de internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 4(6). <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/217/316>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
- Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2010). *Psicología social*. Médica Panamericana S.A.
- Maalouf, A. (2004). *Identidades asesinas*. Alianza Editorial.
- Malo Cerrato, S., Martín Perpiñá, M. de las M. y Viñas Poch, F. (2018). Uso excesivo de redes sociales: perfil psicosocial de adolescentes españoles. *Revista Científica de Educomunicación*, 26(56), 101-110. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-10>
- Muros, B. (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14(2), 49-56.
- Patton Quinn, M. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (3rd ed.). Sage Publications.
- Pérez Salazar, G., Aguilar Edwards, A., & Guillermo Archilla, M. E. (2014). El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27(75), 79-100.
- Porras Velásquez, N. R. (2009). La psicología social: una aproximación desde la perspectiva ideológica. *Poiésis*, (18), 1-9. <https://revistas.ucatolicaluisamigo.edu.co/index.php/poiesis/article/view/137/124>
- Ramos Galarza, C., Apolo Buenaño, D., & Jadán Guerrero, J. (2018). Jóvenes y política: una revisión de estudios desde Latinoamérica. *Observatorio (OBS*) Journal*, 12(1), 169-182. <https://doi.org/10.15847/obsOBS12120181162>
- Riascos Reyes, M. F., & Sosa Collazos, L. K. (2017). *Memes de Facebook: una mirada desde el interaccionismo simbólico en adolescentes de un colegio Distrital de Bogotá* [Tesis de pregrado, Fundación Universitaria Los Libertadores]. Academicus Repositorio. <https://repository.libertadores.edu.co/handle/11371/2788>

- Rizo García, M. (2011). De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal. *Quórum Académico*, 8(1), 78-94.
- Rúas Araújo, X., & Casero Ripollés, A. (2018). Comunicación política en la época de las redes sociales: lo viejo y lo nuevo, y más allá. *AdComunica*, (16), 21-24. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.16.2>
- Ruiz Martínez, J. M. (2018). Una aproximación retórica a los memes de Internet. *Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 27, 995-1021. <https://doi.org/10.5944/signa.vol27.2018.21856>
- Scandroglio, B., López Martínez, J. S., & San José Sebastián, M. C. (2008). La teoría de la identidad social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, 20(1), 80-89.
- Singal, J. (18 de enero, 2018). Como las redes sociales nos idiotizan. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2018/01/18/opinion-redes-sociales-idiotizar/>
- Taguenca Belmonte, J. A. (2016). La identidad de los jóvenes en los tiempos de la globalización. *Revista Mexicana de Sociología*, 78(4), 633-654. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032016000400633
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Herder.
- Troncoso, A. (2014). La cultura del meme: del humor boomer al millennial. *Revista Istmo*, 56(333), 78-81. https://issuu.com/istmo-revista-/docs/is333_baja
- Van Dijk, T. A. (2006). *Ideología y análisis del discurso*. Gedisa.
- Vicente Sisto, C. (2012). Análisis del discurso y psicología: a veinte años de la revolución discursiva. *Revista de Psicología*, 21(1), 185-208.