

Académicos analizan el lenguaje de los memes y cómo este define la cultura juvenil actual

Quien se haya conectado a internet en la última década seguro ha recibido y enviado imágenes que se popularizaron de tal forma que ya son un mensaje en sí mismas. Cada 26 de julio se celebra el Día Mundial del Meme.

Valeria Barahona

En unos días "Disaster Girl", como se conoce a la niña de internet que sonríe traviesa frente a una casa en llamas, cumplirá 25 años. Zoë Roth hace dos décadas protagonizó una de las imágenes más icónicas de la red, tras ser fotografiada por su papá durante una quema controlada -práctica destinada a despejar espacios urbanos- en Carolina del Norte, Estados Unidos. Al verla, "uno inmediatamente sabe cuál es el sentido que hay que darle al texto escrito" que tiende a acompañarla, explicó la académica de la Universidad Finis Terrae (UFT), Valeria Cofré: así funciona un meme y mañana se celebra el día internacional de este lenguaje cibernético.

La docente de Literatura agregó que "ese texto se interpreta en función de la imagen que tiene al lado. La imagen otorga información pragmática para poder interpretar el mensaje, que si no se tiene, no puede ser interpretado a cabalidad".

¿Se podría hablar de una suerte de literatura de los memes o es algo pasajero?

Creo que, más que una literatura, claramente hay algo que uno podría llamar un corpus, un cuerpo, un volumen de memes, incluso uno podría hablar de un canon de memes, en el sentido de que hay memes que están muy instalados y uno los ve y sabe exactamente qué quieren decir, como el patito golpeando la mesa, la niña con el fuego, el dinosaurio (que no entiende esta época).

El Día Mundial del Meme se celebra cada 26 de julio y, según un informe de YPulse, citado por la Universidad Bernardo O'Higgins (UBO), el



Zoë Roth en unos días cumplirá 25 años. Cuando tenía cuatro se hizo mundialmente conocida por la foto que le tomó su papá.

55% de las personas entre 13 y 35 años envía este tipo de contenido semanalmente, y un 30% lo hace a diario.

Además, un reporte de Sci-Tech Today indicó que la generación milenial comparte entre 20 a 30 memes cada día, sumado a que Instagram superó el millón de memes publicados diariamente durante 2024.

El jefe de comunicaciones de la UBO, Raúl Peña, destacó que estas piezas "son breves, visuales, emocionales y replicables. Permiten a las audiencias participar activamente en la creación y resignificación del contenido".

EL LENGUAJE CAMBIA

Valeria Cofré, especialista en el español de Chile, explica que el lenguaje "va cambiando permanentemente, a raíz de todo tipo de fenómenos culturales que van surgiendo, incluido este. Pero yo diría que el impacto más grande, más que en la lengua propiamente tal, se da a ni-



"Se tenía que decir y se dijo" es un meme para plantear certezas.

55%
de las personas entre 13 y 35 años envía este tipo de contenido semanalmente.

20 A 30
memes al día comparten los millenials, generación nacida entre 1980 y 1995.

vel de lo que se llaman códigos semióticos, o sea, cómo se van integrando imagen,

mente Koro sobre el teclado, en busca de sus propios mensajes o memes.

Carrasco señaló que "quizás la complicación (de los memes) es su obsolescencia, porque en el fondo es un material muy fugaz, y lo que funciona en una época no se entiende ni se lee en otro momento: pienso en esos memes de Julio Iglesias, el cantante, de los que ya el primero de julio (el mes) había un montón y era... ya ese meme (o chiste) murió hace dos años".

"Y también lo pienso en términos de escritura, como si alguien está escribiendo un libro en clave meme, hay que decirle que ya fue, es como escribir un libro en clave de WhatsApp", agregó el académico, ya que "una novela puede tener perfectamente todos estos recursos, pero que todo eso sea la novela creo que se agota un poco en sí mismo. Antes pasaba con los correos, las novelas epistolares, pueden fun-

cionar, pero entendiendo que es un género en desuso".

EL FUTURO

"Creo que los memes funcionó", afirmó Carrasco, y "van a seguir existiendo, pero como lenguaje van mutando, creo que ya la discusión va por otro lado y, más que imagen y texto, es la relación con la publicidad, con el periodismo incluso".

"Esto ya fue (como moda) y ahora son los videos, las imágenes, lo audiovisual, películas con CGI (Imágenes Generadas por Computador)", subrayó el docente.

En esa línea, Valeria Cofré agregó que "el meme fue muy propio de los millenials, ahora están los stickers", que se usan en los chats. Antes "fueron los emojis, o sea, la forma de comunicarse en el tramo de la población joven es más dinámica".

"Diferenciarse en una cosa propia de la edad también, el necesitar generar una identidad que distinga de los otros grupos etarios", destacó la docente. "El lenguaje es fundamental en términos de configuración de identidad".

PELIGRO

Raúl Peña advirtió que la "brevedad y carácter viral (de los memes) los convierten en vehículos ideales para distorsionar hechos o reforzar discursos de odio. Lo peligroso es que lo hacen bajo una apariencia inocente".

"No basta con que sea gracioso o viral, debe evaluarse su coherencia con los valores que representa, su posible interpretación y su impacto en distintas audiencias", sostuvo el periodista, porque "ya no es solo una broma visual, es un comentario social y una forma de narrar el presente, que puede durar cinco segundos o quedarse para siempre".