

Memos de Facebook: el “hashtag semiótico” contemporáneo Memes from Facebook: the contemporary “semiotic hashtag”

Nicoll Reyes Molina¹
Cristian García Villalba²

RECIBIDO: ENERO 13 2019
ACEPTADO: JUNIO 17 2019

1 Profesional en Comunicación Social – Periodismo por la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO. nicollreyes@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0001-8891-201X>

2 Docente de la Corporación Universitaria Minuto De Dios- UNIMINUTO. Máster en Comunicación con mención en Opinión Pública por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales – FLACSO Sede Ecuador. Profesional en Comunicación Social – Periodismo por la Universidad del Tolima. Email: cristian.garcia.v@uniminuto.edu-crisgavo7@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0002-5135-252X>



Resumen

Esta idea de investigación surgió del interés por entender y dar significado a los contenidos que diariamente observamos en la red social Facebook, memes y emoticones, que por lo general se replican como forma de expresión de nuestra identidad y/u opinión con respecto a las dinámicas políticas y sociales, religiosas, culturales, etc. Dado el uso reiterado de estas piezas visuales y a su muy variada gama de usos, se pretende analizar piezas iconográficas que resalten los rasgos semióticos más característicos, que permitan analizar y comprender su contenido e intención lingüística.

Palabras clave: semiótica, lingüística, meme, emoticón, redes sociales

Abstract

This idea of research arose from the interest for understanding and giving meaning to the contents we observe everyday in the social network Facebook, memes and emoticons, which are usually replicated as a form of expression of our identity and / or opinion regarding the political and social, religious, cultural and other dynamics. Given the repeated use of these visual pieces and their varied range of uses, the aim is to analyze iconographic pieces that highlight the most characteristic semiotic features, which allow us to analyze and understand their content and linguistic intention.

Keywords: semiotics, linguistics, meme, emoticon, social networks.

Introducción

Esta idea de investigación surgió del interés por entender y dar significado a los contenidos que diariamente observamos en la red social Facebook (memes), que por lo general se replican como forma de expresión de nuestra identidad y/u opinión con respecto a las dinámicas políticas y sociales, religiosas, culturales, etc. Dado el uso reiterado de estas piezas visuales y a su muy variada gama de usos, se pretende resaltar los rasgos semióticos más característicos, que permitan analizar y comprender su contenido e intención lingüística

La semiótica es el campo de investigación más eficaz para dar respuesta y aportar contenido teórico al desarrollo del proyecto, ya que incorpora conceptos y herramientas para dar sentido al porqué del uso de estas piezas icónico-verbales, que han llegado a nuestras vidas para quedarse y validar lo recursivos que podemos ser al momento de comunicarnos. Teniendo en cuenta lo anterior, se hace necesario acudir a la semiótica tradicional para brindar cimientos más fuertes al momento de la conceptualización que se pretende ejecutar. Asimismo, se pretende deconstruir las piezas icónico-verbales en categorías de análisis apoyadas y explicadas desde

teóricos como Charles Morris, John L. Austin, Roland Barthes, Jaques Aumont, entre otros; al mismo tiempo que se integrarán herramientas teóricas contemporáneas con el fin de definir los elementos semióticos relevantes.

Se inicia entonces con una aproximación a la conceptualización de los dos elementos semióticos relacionados anteriormente; se debe conocer cómo y con qué intención se gestan estos recursos lingüísticos. Para ello, se explora la semiótica y cómo en algunas teorías provenientes de esta se puede explicar y fundamentar su uso e interpretación, puesto que, a la hora de hablar sobre la semiótica visual, es necesario acudir conjuntamente a conceptos como la iconicidad, más aún, cuando se va a analizar un discurso mixto o multimodal³, como es el caso de los memes.

La relación entre el ícono y su referencia, que permite la comunicación entre ambos elementos, se llama iconismo o iconicidad; de ahí que la semiótica de la imagen haya surgido del intento por definir el iconismo, del cual Pierce "había convertido la semejanza (...) en el carácter definitorio de los signos icónicos" (Metz, 1982), por ello él es considerado el padre y/o fundador de los estudios visuales. La semejanza es la teoría que define la relación entre el ícono y el objeto como el acercamiento por medio de una cualidad especial que ambos comparten (Pierce, citado por Valverde, 2015, p. 20). Por otro lado, Umberto Eco menciona que la relación entre el ícono y el objeto viene dada por el efecto de la convencionalidad y no por la semejanza de rasgos o cualidades, ya que no existe una relación natural entre ambos (Valverde, 2015). Del mismo modo, Roland Barthes analizó el iconismo y estableció la analogía como la forma de transferir códigos para descifrar un objeto icónico (Barthes citado por Valverde, 2015, p.20)

Para entender esta relación semiótica, se parte de los conceptos ofrecidos por Ch. S. Pierce, de acuerdo a la relación que el signo guarda con el objeto que representa. Pierce los clasificó como índice, ícono y símbolo (Pierce, citado por Valverde, 2015, p. 19). Índice es el signo inmediato que representa de modo directo el objeto al que se refiere en virtud de estar en relación con él (Valverde, 2015, p. 20); por ejemplo, el sol fuerte es un signo de intenso calor. El símbolo está determinado por una convención, es decir, su relación con el objeto es una cualidad adjudicada por una colectividad; un ejemplo de este es la forma de corazón, no como el órgano vital, sino como la figura geométrica de color rojo. En cuanto al ícono, es un signo que está determinado por sus elementos visuales y que guarda con este, ciertas semejanzas; así, el signo icónico no puede dividirse en unidades mínimas de análisis, sino que "debe ser considerado como un texto visual, que no es analizable ulteriormente ni en signos, ni en figuras" (Eco citado por Valverde, 2015, p. 20).

³ Se define la comunicación multimodal como aquella en la que intervienen modos humanos como, por ejemplo: la voz o el habla, los gestos faciales o el movimiento de los ojos, etc. El objetivo de la comunicación multimodal es hacer más natural la interacción entre el hombre y la máquina.

Como una forma de entender el sentido de las imágenes, se hace necesario establecer la base de su análisis; esta, a pesar de que no se rige por los principios que rigen los mecanismos lingüísticos, se vale de estos para lograr construcciones de sentido vehiculados, en este caso, por medio de imágenes. Para este propósito, Charles Morris, plantea las tres categorías de análisis: i) la sintáctica, que estudia la relación formal de los signos con otros signos; ii) la semántica, que aborda las relaciones de los signos con los objetos, y iii) la pragmática, que se ocupa de la relación de los signos con los intérpretes (Morris, 1979 citado por Valverde, 2015, p.21).

La semántica se ocupa de los significados y de las leyes que rigen la transformación de los sentidos (Valverde, 2015, pg. 21). Morris indicaba que la lengua no solo se ocupaba de la dimensión sintáctica, sino que también complementaba la dimensión semántica; por ello sostenía que un ícono se podía nombrar como tal en la medida que este guardara semejanza (característica similar) con su interpretante. Por otro lado, su aplicación al ámbito visual se construye sobre la base de dos niveles semánticos, por un lado, responde al "qué se dice", o nivel referencial, y por el otro lado, el "cómo se dice", orientado al discurso (Morris, 1979, citado por Valverde, 2015).

Por último, pero no menos importante, Morris plantea la pragmática, la cual define como "la ciencia de la relación de los signos con sus intérpretes" (Morris, 1979, citado por Valverde, 2015). La dimensión pragmática es la unión del análisis sintáctico y semántico, ya que para determinar cómo los signos se relacionan con sus intérpretes, se debe determinar la relación de estos entre sí y con los elementos que aluden o refieren a sus intérpretes (Morris, 1979, citado por Valverde, 2015). A grandes rasgos, la pragmática considera el aspecto social en cuanto a la expresión, comunicación e interpretación de los signos, (Lada, 2001, citado por Valverde, 2015), segmento que considera elementos como el momento, la cultura, el espacio, entre otros factores en los que se centra el proceso de abstracción de sentido, en este caso, de los elementos icónico-verbales seleccionados para esta investigación.

Se toma como referente el proceso de significación de las piezas icónico-verbales de la mano de Roland Barthes, quien, a partir de los actores principales del proceso comunicativo (signo y referente), llegó a establecer dos niveles de significación: denotación y connotación. En cuanto al primero, Barthes lo definió como el significado literal (Barthes, 1986, p. 13), o, en otras palabras, como el significado que se puede hallar en el diccionario. Por otro lado, el significado connotativo está compuesto por un "doble sentido" que obedece a un significado literal y a un significado subjetivo (interpretación individual) producto del hablante, mediado por su uso en un acto de habla concreto, o puede ser de uso general en una cultura determinada.

Desde nuestros inicios históricos, la imagen ha aportado al desarrollo de nuestro sistema de comunicación verbal y, por ende, a nuestra forma de transmitir un mensaje. Se considera que, en las formas incipientes de comunicación, el paso de

los jeroglíficos a los pictogramas, y el salto de estos a las letras o alfabetos, fue un proceso en el que el lenguaje⁴ evolucionó gracias a la imagen (Dondis, 1976, citado por Valverde, 2015, Pg. 18). En cuanto al nacimiento de la palabra meme y su respectivo mundo, observamos que dicho elemento se acuñó en un terreno algo distante de la rama semiótica en la que camina este proyecto. Richard Dawkins⁵ definió lo que se convertiría en el nacimiento de una pieza iconográfica de la generación millennial: el meme. Aunque en sus inicios planteó una propuesta científica, este zoólogo definió a los memes⁶ como "unidades mínimas de trasmisión cultural" (Dawkins, 1989, p. 218) al asociar la reproducción genética (replicarse para conservarse) con la trasmisión cultural hereditaria de un grupo social a su descendencia o progenie.

La evolución tecnológica permitió la llegada del internet a nuestros hogares, y ahí, en algún lugar de ese inmenso mar, en una página que permitía la interacción de chat abierto, se creó lo que hoy en día conocemos como memes de internet. Según Stryker (García, 2014, citado por Valverde, 2015), hacia 1998, los primeros en usar el término memes para referirse a "fenómenos de Internet como videos virales, engaños de correo electrónico (o 'cadenas') y celebridades de Internet", fueron periodistas, quienes consideraron a estos elementos como fragmentos de la cultura popular (García, 2014, p. 3).

El término meme de internet se aborda como una pieza con contenido diverso que alcanzó su popularidad a partir de la trasmisión de los mismos por las redes sociales (García, 2014, p. 2), más comúnmente, entre los usuarios de internet. Un meme se define como "un término popular para describir el rápido consumo y propagación de una idea particular presentada como un texto escrito, imagen, lenguaje 'movimiento' o alguna otra unidad de 'cosa' cultural" (Knobel y Lankshear, citado por García, 2014, p. 3), uniendo de esta manera lo propuesto por Dawkins (el meme como unidad mínima de trasmisión cultural) con los fenómenos del internet y cómo este, con el surgimiento de las redes sociales, potenció una nueva definición y acción para el meme de internet.

Analizar el uso del lenguaje icónico-verbal de la comunidad educativa de Uniminuto Centro Regional Girardot, desde la fuerza ilocucionaria que acaece a los memes presentes en sus prácticas dialógicas en Facebook.

⁴ El lenguaje entendido como el conjunto de signos a través de los cuales nosotros, los seres humanos, transmitimos de manera eficaz una idea entre nosotros mismos

⁵ *El gen egoísta: las bases biológicas de nuestra conducta* es una obra divulgativa sobre la teoría de la evolución, Examinando la evolución desde un punto de vista genético, se pueden explicar los fenómenos de Selección natural grupales. Este libro también es notable por introducir el concepto de meme.

⁶ Inicialmente la palabra era *mmeme* ("replicable" en griego), pero esta fue reducida a *meme*, ya que Dawkins creía que esta última sonaba mejor con la palabra gen.

Materiales y métodos

En cuanto al diseño metodológico empleado en este proyecto, se eligió como método de investigación la etnometodología, entendida esta como el estudio de los procedimientos (etnométodos) conforme a los cuales los miembros de las prácticas sociales desarrollan sus acciones y, a su vez, interpretan y hacen explicables esas mismas acciones (Heritage, 1998, 2009). Dado que el tema tratado coincide en lo contemporáneo y lo clásico, se ha podido integrar elementos diferentes de conceptualización, pues la etnometodología permite trabajar con los individuos resaltando sus concepciones propias e integrándolas en un segundo momento con teoría preconcebida. Otro factor preponderante es el hecho de que el individuo se hace una pieza fundamental de análisis, sin él no se reproducirían estas piezas icónico-verbales, a cuyo uso trataremos de darle sentido. En un ejemplo por resaltar el papel de la comunidad, Gonnet (2011) mencionó que la etnometodología conlleva, aunque de distintas maneras, a una revalorización del actor, o al menos de sus capacidades cognitivas, en la explicación de las prácticas y acciones sociales, integrando así a esta investigación dos perspectivas (académica y subjetiva) en el desarrollo y definición de la intención semiótica de tres memes de Facebook.

Resultados

Se ha encontrado que una persona promedio, de entre 18 y 35 años de edad, suele compartir de 1 a 5 memes y usar un promedio de 10 reacciones diariamente. A continuación, se complementan las variables que atañen al factor fidelidad (Blackmore, 1999), el cual obedece al contenido o la temática que se quiere expresar por medio del uso de memes. Lo que se desarrollará ahora es la caracterización de tres piezas icónico-verbales (memes) seleccionadas para este artículo.

Primera pieza



Figura 1. Tomada de la página Historia de Colombia en memes:
facebook.com/HistoriaEnMemeCo/

En esta pieza se muestra una crítica a la industria cultural y a la cultura de masas⁷ (Bauman, 1999). Radica en la tendencia que tienen algunas culturas por adoptar costumbres, rituales o festejos ajenos a los propios por una tendencia esnobista. En este caso se alude a la celebración de "San Valentín" (14 de febrero), un popular festejo de la cultura estadounidense, que en Colombia se festeja en el mes de septiembre y lleva como nombre "Amor y Amistad".

Dimensión sintáctica

Hay una reiteración de la intención crítica transmitida por el meme; inicialmente el mensaje escrito y, en un segundo lugar, la imagen. Los personajes que visualizamos son dos hombres de color que caracterizan lo que sería un pueblo indígena. Se debe aclarar que no tiene la intención de denigrar los orígenes culturales; pretende, más bien, que aquel que lo comparta indique que no se debe olvidar las costumbres propias respaldadas por nuestros ancestros e historia. Por otro lado, tenemos la figura de un hombre blanco, en este caso, el actor estadounidense Mel Gibson, que representa a la cultura norteamericana; por sus gestos y ademanes percibidos en la imagen, es él quien dirige las palabras reiterando la importancia de no ignorar las costumbres propias de nuestra cultura adoptando tendencias ajenas.

Dimensión semántica

El sentido del meme, al integrar texto e imagen, es una crítica al esnobismo. Reitera que la celebración propia de los colombianos tiene lugar en el mes de septiembre y lleva por nombre "Amor y Amistad", y no "San Valentín", reforzando el mensaje con la frase: "Entiende, amigo, ningún 'San Valentín'", que hace hincapié en la intención.

Dimensión pragmática

El meme es un llamado de atención y un acto de reivindicación de nuestra cultura. Insiste en una mirada introspectiva a nuestra historia, a cómo esta nos ha moldeado de tal forma que nos caracteriza, incluso, en detalles como la conmemoración de fechas representativas para el colombiano. Es por esta razón que se deben preservar las raíces, muy bien representadas por las dos figuras nativas caracterizadas en la imagen. Considerando el plano actual, donde la tensión geopolítica ha impactado en diversas dimensiones y, al mismo tiempo, la globalización ha traído consigo la expansión del consumismo, se pretende alertar sobre el detrimento del significado real de las conmemoraciones, como, por ejemplo, el día del "Amor y Amistad".

⁷ Bauman lo propone como una ideología. Haciendo alusión al consumismo, vuelca la mirada a la cultura en una época donde el capitalismo ha impuesto un costo a la "felicidad" (Bauman, 1999).

Segunda pieza



Figura 2. Tomada de la página Memes de Ciencias Sociales: [Facebook.com/MemesDeCienciasSociales/](https://www.facebook.com/MemesDeCienciasSociales/)

En este meme se puede observar cómo los usuarios defienden su derecho a la libre expresión, en este caso, con respecto a la dimensión política; adicionalmente, alude a las diferencias ideológico-políticas que pueden existir en un grupo social determinado. La imagen puede describirse desde una mirada estética según lo propuesto por Aumont (1992); se diseñó con el fin de que los usuarios, a través de su uso, dejen sentado un precedente y adicionalmente provoquen en los receptores sensaciones como la empatía o el empoderamiento.

Dimensión sintáctica

En la primera imagen se aprecia un mensaje: la hermandad y la paz deben prevalecer por encima de cualquier diferencia –en este caso, una posición o preferencia política–, sin embargo, considerando que dentro de la agenda pública de todo hombre, una de sus obligaciones como ciudadano debe ser la participación activa en asuntos de orden político, se propone una imagen-reacción como respuesta al primer mensaje; en esta podemos observar a Homero Simpson, un personaje caricaturesco conocido por sus ataques de ira o furia, oponiéndose al primer mensaje y reforzando la libertad de expresión –política– por sobre cualquier otra condición de asociación en cuanto a las relaciones humanas. En el primer mensaje apreciamos un eslogan construido de acuerdo a la intención de lograr que impere la paz a lo largo de nuestro territorio, resaltando la frase “tus amigos”, que apela a las emociones y sentimientos como respaldo al mensaje. Como detalle final, en la segunda imagen se pueden distinguir signos de enojo en las expresiones faciales de Homero, de manera puntual, en la posición de sus ojos, que refuerzan la intención del mensaje.

Dimensión semántica

El primer mensaje muestra la dinámica de las relaciones políticas –donde las coaliciones que se gestan luego de una contienda electoral para promover el bien común priman por encima de la ideología que identifica a sus representantes– mencionando que “los políticos después de las elecciones se abrazan y se hacen socios”, con el que se deja claro un mensaje de humanidad incluso en la “arena política”. En un segundo lugar, Homero Simpson, con un mensaje que apela al coloquialismo: “Voy a perder los amigos que se me dé la gana”, resalta el poder de la libertad de expresión por sobre cualquier otra dinámica de orden social.

Dimensión pragmática

Para entender la fuerza e impacto de este meme, se debe tener en cuenta la coyuntura en la que está siendo compartido: ad portas de las elecciones presidenciales en nuestro país y con una comunidad segmentada por las diferentes ideologías o corrientes políticas. Existen comunidades que son fieles adeptas a estos nichos poblacionales y están dispuestas a defender a toda costa su posición e intereses políticos particulares con el fin de hacer que dichos grupos primen por encima de los demás.

Tercera pieza



Figura 3. Tomada de la fanpage de Cola & Pola: facebook.com/colaypola/

En esta figura encontramos una exaltación de la identidad cultural. Mencionar elementos propios de la cultura gastronómica de este país y reforzar el mensaje de apropiación con un “si no come... ¡DÉJAL@ IR!” tiene como función dejar en claro la prerrogativa de preferencia por lo autóctono antes que por cualquier otro elemento perteneciente a una cultura diferente; en esto radica la connotación cultural explícita de este meme. Además, la imagen puede ser analizada según el modo

simbólico propuesto por Aumont (1992), ya que transmite –mediante el uso de elementos autóctonos– un mensaje cultural e histórico.

Dimensión sintáctica

En este caso, los elementos chunchullo, chorizo, chicharrón y Cola & Pola se duplican en cuanto a la función sintáctica (se representan tanto de manera textual como visual). La imagen cumple la función de la repetición, cuyo objetivo es “dar a conocer y persuadir. En una palabra: incitar al deseo o publicitar” (Martín, citado por Valverde, 2015, p. 47). Se debe mencionar que este meme fue creado como parte de una campaña publicitaria, sin embargo, debido al uso de elementos coloquiales del lenguaje y a recursos culturales, tuvo una resignificación entre quienes lo compartieron al identificarlo como una pieza que construye un imaginario colectivo.

Dimensión semántica

El sentido del meme se forma al integrar texto e imagen, identificando y uniendo a los usuarios a través de la gastronomía, ya que la comida nos remota a los orígenes y es probable que, en algún momento de su vida, un colombiano haya comido alguno de los alimentos expuestos en esta pieza gráfica. Al incluir la arroba (“¡DÉJAL@ IR!”), se aludió a hombres y mujeres, pues visualmente se identifica una “o” y una “a”: déjalo o déjala.

Dimensión pragmática

El meme hace un intento por reconstruir los imaginarios colectivos gracias al empleo de los elementos autóctonos de nuestra cultura. Apela a la emocionalidad y resalta los elementos gastronómicos –reconocidos internacionalmente– haciendo que estos primen por encima de cualquier otro deseo o inclinación personal.

Conclusiones

Las herramientas se emplearon de tal forma que respondiesen a las variables propuestas por Susan Blackmore en su texto *La máquina de los memes* (1999). Estas son: la longevidad, aquella que hace alusión al tiempo de vigencia y recordación de un meme; la fecundidad, que hace referencia al nivel de aceptación y adopción de los memes dentro de una comunidad, y por último, la fidelidad, que obedece al grado de autenticidad de cada una de las piezas (Blackmore citada por Valverde, 2015, p. 25). Las variables descritas son consideradas como características que califican de forma exitosa la dinámica de replicación e intención lingüística de un meme, en pocas palabras, se interpreta que “la unidad mínima de transmisión cultural” tuvo éxito en la replicación y el mensaje contenido se replica con la ayuda

de la viralidad como componente intrínseco de los contenidos transmitidos por la red social Facebook.

Con la aplicación de las encuestas se quería comprobar que existía tráfico de los elementos icónico-verbales analizados en el cuerpo de esta investigación. Al tratar con una población diversa –en muchas dimensiones–, se manejó una política de inclusión, de tal modo que los hombres y mujeres de todos los nichos poblacionales tuvieran una participación equitativa.

El importante poder de las imágenes

La imagen se ha vuelto una pieza importante de comunicación en las dinámicas de interacción contemporáneas. Ha pasado a ser parte activa del discurso digital, cuyos usos varían entre complemento, repetición, contradicción, sustitución y complementación, a la hora de comunicar ideas de diferente connotación. Es una herramienta visual adaptada para la interacción mediada por las redes sociales, convirtiéndose en el núcleo sintáctico primario al contener todos los elementos necesarios para comunicar de manera efectiva un mensaje.

Los retos de la imagen siguen siendo factores como la ambigüedad y las múltiples interpretaciones que varían según la cosmovisión de los intérpretes. Se ha explorado el valor opinativo de la imagen como complemento y como un todo a la hora de definir una posición ideológica o reflejar un pensamiento. Al mismo tiempo, se destaca el hecho de que esta se convierte en una figura recursiva e ingeniosa, que nace de un instinto primitivo del hombre por comunicarse. De acuerdo con lo anterior, se quiere proponer una nueva forma de entender el uso de las imágenes en forma de memes y reacciones, explicada desde la incipiente necesidad de "colonizar" todos los posibles espacios de interacción humana, incluso si estos espacios son dominados por lo digital, códigos binarios e inteligencia artificial. El lenguaje es una habilidad adquirida evolutivamente, un rasgo distintivo de los seres humanos, y las imágenes macro constituyen la forma más simple e ingeniosa de transmitir un mensaje y reevaluar las dinámicas dialógicas mediadas por el uso de la web 2.0.

Los memes y reacciones: ingenio y versatilidad

La creación de una pieza cultural, cuyo corpus comprime un mensaje entendible, debatible y con valor opinativo, y que adicionalmente se vale de características como el humor para fomentar la participación activa en las redes sociales, es un logro ingenioso cuyo impacto social ha permeado todas las dimensiones del discurso.

La cultura de los memes y las reacciones

Para finalizar, se pretende destacar la dimensión cultural de estas piezas icónico-verbales, en cuanto a la forma en la que se replican en el imaginario colectivo de los internautas, convirtiéndose en parte del acervo cultural sin perder su valor lingüístico. Además de transmitir ideas, los memes y reacciones de Facebook pasarán a ser parte de la historia como un elemento significativo relevante de la era digital, entendida como la forma de transmisión cultural moderna que rompió las barreras que obstruyen o limitan otras formas de interacción social convencionales.

El poder de la semiótica

Una disciplina de inagotable combustible investigativo y pedagógico puede tornarse densa y compleja, pero, en manos correctas y con un buen esquema de ejemplificación, puede llegar a ser una rama lingüística ingeniosa y didáctica, cuyas teorías pueden ser analizadas desde elementos de la vida cotidiana, que permitirán acercar no solo a la población universitaria, sino también a cualquier nicho poblacional, al estudio de los significados que van más allá de la convencionalidad de las primeras impresiones y los significado tácitos.

Referencias bibliográficas

- Aumont, J. (1992). *La imagen* (2.a ed.). Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces* (2.a ed.) Barcelona: Paidós.
- Bauman, Z. (1999). *La globalización. Consecuencias humanas*. Fondo de Cultura. Lugar: Buenos Aires.
- Dawkins, R. (1989). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona: Salvat Editores.
- Dondis, D. A. (1976). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- García, 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*, 6(4). Recuperado de <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/217/316>
- Gonnet, J. P. (2011). Lo social desde una perspectiva etnometodológica. *Papeles del CEIC*, 2 (72). Recuperado de <http://www.identidadcolectiva.es/pdf/72.pdf>
- Heritage, J. (1998). Harold Garfinkel. In *Key sociological thinkers* (pp. 175-188). Palgrave, London.
- Heritage, J. (2005). Cognition in discourse. *Conversation and cognition*, 184-202.
- Lada, U. (2001). La dimensión pragmática del signo literario. *Estudios Filológicos*, 36, 61-70.

Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0071-17132001003600004

Metz, C. (1982). Más allá de la analogía, la imagen. In *Análisis de las imágenes* (pp. 9-22). Ediciones Buenos Aires.

Morris, C. (1979). *Problemas y métodos de la semiología*. Buenos Aires: Nueva Visión. Web. 10 Agt. 2017

Valverde Vásquez, K. E. (2015). *Cuenca dentro de las redes sociales. Los memes ¿un reflejo de nuestra cultura?* (Bachelor's thesis), Lugar: Cuenca, Ecuador.