

Müller, Sebastian: Memes como promotores del euskera en redes sociales. Un estudio de actitudes lingüísticas hacia ...

El objeto de este estudio son los memes de internet en lengua euskera. El estudio se centra en determinar las actitudes lingüísticas de los hablantes del euskera con respecto a su uso en las redes sociales y, en particular, en los memes. Para eso, una primera sección teórica introduce el contexto sociolingüístico vasco y la segunda la teoría de los memes. La tercera sección aborda, mediante una encuesta, las actitudes lingüísticas de hablantes de euskera con respecto a dominios generales y concretos, como las redes sociales. Este trabajo llega a la conclusión de que las actitudes lingüísticas hacia el uso del euskera en los memes y en las redes sociales son muy positivas. Por tanto, se deduce que los memes pueden ser un medio para contribuir a la preservación de la lengua.

Palabras Clave: Memes. Redes sociales. Lenguas minorizadas. Actitudes lingüísticas. Vitalidad digital. Multimodalidad. Euskera.

Ikerketa honen helburua euskarazko internet-eko memeak dira. Euskal hiztunek sare sozialetan eta, bereziki, memeetan duten erabilera-jarrera da azterketaren muina. Horretarako, lehenengo atal teoriko batek euskal testuinguru soziolinguistikoa erreparatzen du, eta bigarrenak memeen teoria. Hirugarren atalak, inkesta baten bidez, euskara hiztunek domeinu orokor eta zehatzekiko (sare sozialekiko, adibidez) dituzten hizkuntza-jarrerak lantzen ditu. Memeetan eta sare sozialetan euskara erabiltzeko hizkuntzarekiko jarrerak oso positiboak direla ondorioztatzen du lan honek. Beraz, memeak hizkuntza zaintzen laguntzeko bitartekoak izan daitezkeela ondorioztatzen da.

Giltza-Hitzak: Memeak. Sare sozialak. Hizkuntza gutxituak. Hizkuntza-jarrerak. Zaletasun digitala. Multimodalitatea. Euskara.

Cette étude porte sur les mèmes Internet en langue basque. Elle vise à déterminer les attitudes linguistiques des locuteurs basques à l'égard de leur utilisation dans les réseaux sociaux et, en particulier, dans les mèmes. À cette fin, une première partie théorique présente le contexte sociolinguistique basque et une deuxième partie expose la théorie des mèmes. La troisième partie aborde, à travers une enquête, les attitudes linguistiques des locuteurs basques à l'égard de domaines généraux et spécifiques, tels que les réseaux sociaux. Ce travail conclut que les attitudes linguistiques à l'égard de l'utilisation du basque dans les mèmes et les réseaux sociaux sont très positives. On peut donc en déduire que les mèmes peuvent contribuer à la préservation de la langue.

Mots clés : Mèmes. Réseaux sociaux. Langues minoritaires. Attitudes linguistiques. Vitalité numérique. Multimodalité. Basque.

Müller, Sebastian: Memes como promotores del euskera en redes sociales. Un estudio de actitudes lingüísticas hacia ...

Memes como promotores del euskera en redes sociales. Un estudio de actitudes lingüísticas hacia los memes vascos

(Memes as promoters of the Basque language on social media. A study of linguistic attitudes towards Basque memes)

Müller, Sebastian

Universität Trier. Fachbereich II, Romanistische Sprach- und Medienwissenschaft. Universitätsring 15. D-54296 Trier

muellers@uni-trier.de

ORCID-ID: <https://orcid.org/0009-0003-0388-5633>

doi.org/10.61879/riev701zkia202507

Recep.: 12-02-2025

Acep.: 6-10-2025

BIBLID [eISSN: 2952-4180 (2025), 70: 1]

1. Introducción

Las lenguas minorizadas todavía tienen una presencia limitada en las redes sociales por la gran preponderancia de unas pocas lenguas mayoritarias europeas. Así lo demuestra un estudio de W3Techs que revela que el 49,3% de todos los contenidos están en inglés, un 6% en castellano y el 5,7% en alemán (cf. W3Techs). Las siguen varias lenguas representadas con un alto número de hablantes como el japonés, el francés, el ruso o el portugués (cf. *ibid.*). Este predominio y la abundancia de contenido en lenguas mayoritarias deja poco espacio para las lenguas minorizadas. Como lengua minorizada se entiende lenguas “*that exist as the lower status variety in a diglossic situation [...]. While they may have relatively robust speaker numbers, they are overshadowed by the high-status variety of the respective locations*” (Ackermann-Boström/Glass 2024: 150sq). Sin embargo, en el caso de lenguas que las comunidades intentan preservar o revitalizar, el uso de las redes sociales puede servir como medida complementaria de conservación, incentivando su uso y aumentando su prestigio.

Joshua Fishman (1991) ha destacado la importancia de analizar en qué medida los nuevos medios afectan la vitalidad de una lengua. No obstante, el uso de los medios (sociales) no es adecuado para cualquier lengua minoritaria o minorizada. En lo que concierne a algunas de ellas, especialmente las europeas, esas sí pueden ser unas medidas efectivas. El factor decisivo es si cuentan con un sistema de escritura más o menos unificado, como ocurre también en el caso del euskera, en lo que se puede observar una participación emergente en los nuevos dominios de las redes sociales. En este sentido, Kornai (2013) advierte que la situación de las lenguas en el ámbito digital es aún más crítica que en el terreno tradicional: menos del 5% de las lenguas existentes han logrado ascender al espacio digital, mientras que la gran mayoría (más del 95%) se encuentra ya en estado de ‘*still*’ o ‘*heritage*’, es decir, sin una comunidad digital viva. Esta constatación subraya que la llamada ‘muerte digital de las lenguas’ no es un riesgo futuro, sino una realidad presente, y sitúa al euskera en un contexto comparativo en el que su relativa vitalidad digital resulta excepcional dentro del panorama global.

La comunidad vascohablante se extiende a ambos lados de los Pirineos, abarcando Euskal Herria entre España y Francia (cf. Schlaak 2014: 17). En la parte sur, Hegoalde, están las provincias de Araba, Bizkaia, Gipuzkoa y Nafarroa. Las tres primeras provincias forman desde 1979 la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAV), con cooficialidad del euskera y el castellano (cf. *ibid.*: 19). Nafarroa cuenta con tres zonas lingüísticas según la legislación vigente: la zona vascófona, la zona mixta y la zona no vascófona. El euskera es cooficial únicamente en la zona vascófona, con un estatus parcial en la mixta y sin reconocimiento oficial en la no vascófona. En la parte norte, Iparralde, que incluye Nafarroa Beherea, Lapurdi y Zuberoa, no existe legislación que proteja el euskera, predominando el francés como lengua hegemónica, lo que afecta negativamente su transmisión intergeneracional (cf. *ibid.*: 44sq). El euskera, lengua aislada sin parentesco genético confirmado, presenta diversas variedades: vizcaíno, guipuzcoano, alto navarro, labortano, bajonavarro y suletino. Además, existe una lengua estándar, el *euskara batúa*, aprendida principalmente por nuevos y nuevas hablantes (cf. *ibid.*: 20-21). En 2021, el 30,2% de la población de Euskal Herria (2.680.000 personas) se identificó como vascohablante, mientras un 16,1% tenía competencias receptivas, alcanzando un total del 46,3% con dominio del euskera (cf. Comunidad Autónoma de Euskadi 2023: 2; cf. Comunidad Foral de Navarra 2023: 6sq; cf. Office Public de la Langue Basque-Euskararen erakunde publikoa 2023: 6). En la CAV, el porcentaje de vascohablantes es del 36,2%, en Nafarroa 14,1% y en Iparralde 20,1%. En redes sociales, un 19,5% de usuarios de la CAV emplea el euskera frecuentemente, subiendo al 28,5% en jóvenes de 16-24 años, un dato relevante para futuras encuestas sobre el uso del euskera en el ámbito digital (cf. Comunidad Autónoma de Euskadi 2023: 19).

En este contexto, se ha creado Memeka, una plataforma promovida por el grupo lametza con apoyo institucional, destinada a la creación y difusión de memes en euskera. Los memes como fenómenos de internet son una forma de expresar contenidos de manera humorística, que comparten las características formales con las culturas de lenguas mayoritarias. Ello refleja el deseo de emplear sus lenguas en ámbitos tradicionalmente dominados por lenguas hegemónicas. Pero ¿En qué medida perciben las personas hablantes del euskera estos intentos y en qué grado los apoyan? Los memes como fenómenos de internet incluyen aspectos potenciales para un análisis sociolingüístico, así como aspectos que abarcan la lingüística de los medios de comunicación y de la texto-lingüística. Centrándose en el caso del euskera y en su uso en el espacio digital, este estudio plantea, por tanto, las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuál es la actitud lingüística de las personas hablantes hacia el uso del euskera en los medios sociales y, en concreto, en los memes? Y ¿Se pueden considerar beneficiosos para el mantenimiento de las lenguas minorizadas? Con este fin, en la segunda sección se introduce la base teórica de los memes, en la tercera sección se presenta el estudio empírico de la recopilación de datos con respecto a las actitudes lingüísticas de un grupo de hablantes de euskera y en la cuarta sección se discuten y concluyen los resultados.

2. Memes

Antes de acercarse a los memes como objeto de estudio se va a definir y delimitar el término *meme*. Este conocimiento se aplica para demostrar las posibilidades de investigación desde una perspectiva lingüística y para aclarar qué aspectos hay que considerar en cuanto a los memes en lenguas minorizadas. El nombre *meme* viene del término inglés homónimo introducido por Richard Dawkins (1976) en su obra *The Selfish Gene*¹. Dawkins, por su parte, era biólogo evolucionista y comparó los genes – considerados como unidades informáticas biológicas – con los memes, definidos como unidades informáticas culturales (cf. Wenz 2016: 197). Esas unidades culturales vienen transmitidas, según Dawkins, de una persona a otra. Los procesos que se emplean en esta transmisión interpersonal son aquellos de copiar e imitar (cf. Nissenbaum/Shifman 2018: 295).

Dawkins (1976) introdujo el concepto de ‘meme’ como unidad cultural transmitida por imitación, mientras que Shifman (2014: 39sq) adaptó esta noción al entorno digital, definiendo los memes de internet como grupos de elementos digitales que comparten características de contenido, forma o postura y que circulan en línea mediante procesos de imitación y transformación. Shifman aísla tres dimensiones de elementos culturales que las personas pueden imitar potencialmente: el contenido, la forma y la postura (*stance*). En la primera dimensión se hace referencia al contenido de un texto específico y a las ideas/ideologías expresadas por este. En la segunda, describe la forma, que es la encarnación de un mensaje que se percibe a través de los sentidos, que pueden incluir dimensiones auditivos o visuales. También se pueden tratar de patrones complejos relacionados con el género usado. La última dimensión de la postura se dedica a la información que los memes transmiten sobre la propia comunicación. Permite ubicar mejor a las personas remitentes en relación con el texto, el código lingüístico, las personas destinatarias y otras posibles personas oradoras (cf. *ibid.*: 40).² En general, Shifman (2014: 41) propone la siguiente definición de memes de internet según los criterios mencionados:

¹ DAWKINS, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford: Oxford University Press.

² Para una un análisis más detallado en relación con la teoría véase Shifman (2014).

- (a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance, which
(b) were created with awareness of each other, and (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users.

Esta definición universal es la base de muchos trabajos científicos de género como, por ejemplo, en Bülow/Merten/Johann (2018), Müller (En preparación)³, Yus (2018) o Holm (2021). Ya con esta definición más accesible y adecuada para el contexto de internet y de las redes sociales que la de Dawkins, se pueden ver con más detalle las características de los memes.

En general, se observa, además, el carácter multimodal de los memes. Estos actúan como elementos que en sí mismos combinan unidades textuales, visuales y llevan consigo las mismas prácticas culturales. En concreto, esto quiere decir que, por un lado, en la mayoría de los casos se sitúan en un contexto cultural concreto y, por otro lado, que la imitación, el acto de copiar y la difusión de los memes los convierten en una práctica comunicativa (cf. Nissenbaum/Shifman 2018: 295).

A este respecto los memes se forman parte de una organización colectiva a la que pueden contribuir las personas individuales. Lo característico de los memes en internet es su gran adaptabilidad a todos los temas imaginables, pero, al mismo tiempo, su particular consistencia en las plantillas miméticas que unen los conocimientos y afinidades de un colectivo (cf. *ibid.*). Estos colectivos consisten en aglomeraciones de personas que por una o más características se establecen y se definen como una entidad (cultural). Pueden estar relacionados mediante una cultura, una o más lenguas, una práctica (como, por ejemplo, un videojuego), u otros.

En cuanto al éxito de la difusión de los memes es indispensable introducir y diferenciar los memes del concepto de la viralidad. Como viral se entiende una difusión por los medios digitales que en el caso del meme no sucede en su “unchanged form” (Dyrel 2016: 662). El género de memes, precisamente, se mantiene gracias a esta práctica de modificar y remezclar los memes, argumenta Yus (cf. 2018: 2).

El término ‘viral’ suele equipararse al término meme. Sin embargo, en el discurso del *internet viral*, pueden ser varias cosas que aparecen una vez y en un contexto temático fijo, lo que puede ir desde frases, videos, fotos hasta incluso memes (cf. Holm 2021: 5). Con el propósito de no confundir una definición con otra McCulloch (2019: 240) agrega que hay una distinción clara entre los dos: “[a] meme in the internet sense isn’t just something popular, a video or image or phrase that go viral. It’s something that’s remade and recombined, spreading as an atom of Internet culture”.

No obstante, no se ha establecido un valor concreto que deba alcanzarse para que algo sea considerado viral, especialmente en el ámbito de las minorías. En este contexto, la viralidad se manifiesta a través de una menor difusión y participación, como se evidencia en la aparición de me gusta o comentarios en la cultura popular. En este sentido, se plantea la necesidad de una consideración contextual del término *viral* en el ámbito cultural en el que emerge. La difusión y el éxito de un meme no pueden ser cuantificados de manera directa, sin embargo, es posible realizar estimaciones en relación con otros memes, tomando en cuenta sus reproducciones, adaptaciones y los criterios previamente mencionados.

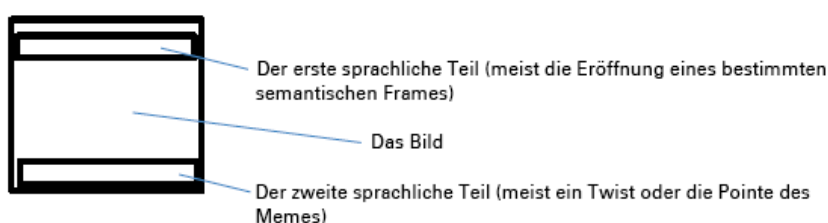
Aparte de la viralidad, un criterio inherente a los memes es, de acuerdo con Davison (2012: 122), es una mirada humorística. En consecuencia, los interpreta de la siguiente manera “a piece of culture, typically a joke, which gains through online transmission”. Aunque no todos los memes siempre son chistosos, el género sí vive de la transmisión rápida que representa una pieza cultural humorística. Este aspecto es

³ MÜLLER, S. (En preparación). *Internet Memes in Minderheitensprachen – Spracheinstellungen gegenüber dem Ladinischen in den Sozialen Medien*. Artículo sobre los memes ladinos (dolomíticos) y las actitudes lingüísticas. Comparable con el presente artículo.

importante para la encuesta de las actitudes, en la que se plantea el efecto humorístico de los memes en euskera como un tipo de humor propio de la cultura vasca o como humor universalmente comprensible.

Además, existen más aproximaciones estructurales a los memes como por ejemplo la de Osterroth (2015), quien define los memes como *Sprache-Bild-Text* (es. 'Texto-Imagen-Lengua'). Osterroth propone un estudio de los memes desde una perspectiva multimodal, tal como se ha mencionado anteriormente y define un tipo específico de meme como macro-meme. El macro-meme cuenta con una estructura fija y transferible para una gran cantidad de memes. Este tipo de memes consta de dos partes de texto, una encima y otra debajo de una parte visual, que se coloca en el centro, esta idea se puede ver en la siguiente figura (cf. Osterroth 2015: 37).

Fig. 1: La estructura de un macro-meme



Fuente: Osterroth 2015: 31

Cada parte tiene su propia función, la primera parte textual, es la parte superior de la imagen para introducir un campo específico y para activar un *frame* semántico en las personas destinatarias. La segunda parte textual, parte inferior de la imagen, funciona como el remate o chiste del meme (cf. *ibid.*: 31). La imagen del centro, en cambio, integra el *frame* y el remate en una situación visualmente perceptible, que desempeña una representación de una expresión facial de la persona destinataria o del carácter de la situación en general (cf. *ibid.*: 28; 34).

Aunque es posible investigar los memes solamente a nivel estructural y textual, es muy importante recordar que, no obstante, son fenómenos de internet que existen en un espacio virtual y no real, pero que tienen implicaciones sociales. Las personas que crean consumen y difunden memes participan, al mismo tiempo, en interacciones culturales y sociales (cf. Holm 2021: 10). Así, representan una práctica de compartir, (re)producir y percibir partes de la cultura, y crean de un sentido de identidad y grupo entre las personas que participan. Por esta razón, resulta difícil ignorar el componente social y centrarse exclusivamente en el lingüístico.

Los procesos de consumo, adaptación y reproducción de memes pueden resumirse bajo el término de la resemiotización. “*In the context of memes, this means that when the meme is being modified/remixed (the sign is altered), its meaning changes as well because of its new context.*” (Holm 2021: 14). Lo que sucede en la mayoría de las veces en este proceso es la adaptación de las partes textuales y del significado de un meme mientras que la estructura sigue siendo la misma. Así es que los memes se pueden adaptar a cualquier contexto con el uso de las plantillas. Ya existen plataformas y aplicaciones que contienen muchas plantillas virales y que permiten añadir exclusivamente las partes textuales y facilitan aún más este proceso de la resemiotización.

Con relación a las lenguas minorizadas es importante realinear y situar algunos de los conceptos anteriormente introducidos en este trabajo. El primero es el concepto de la viralidad. No hay un porcentaje específico desde el cual un meme sea considerado como viral. Aún menos se puede definir

un número en el contexto de minorías lingüísticas. Un problema que se debe tener en cuenta en cuanto a medir la viralidad, es la dificultad de trazar la interacción con los memes. En plataformas como Instagram, Facebook y X (anteriormente Twitter) es posible interactuar con una publicación dándole 'me gusta', comentarla o compartirla. Esta última opción es la que es difícilmente trazable, porque se puede compartir pública o privadamente, entonces interactuar con o consumir una publicación sin la necesidad de darle me gusta o comentarla. Aún más, los memes no están necesariamente vinculados con la publicación en redes sociales, también pueden ser creados y compartidos en grupos o chats privados.

Sobre todo, los miembros más jóvenes de la comunidad lingüística de una minoría lingüística crean espacios para sus lenguas en el espacio digital. Esos *virtual breathing spaces* tal como los denominan Belmar/Glass (2019), representan lugares en internet, donde la lengua minorizada es la lengua preferida, donde el nivel de la lengua puede discutirse, donde se puede interactuar con la lengua minorizada y donde no se impugna el estatus de la lengua. Esos espacios donde la lengua puede respirar son importantes para lograr prácticas sostenibles de *translanguaging* para las lenguas minorizadas. Las páginas de memes en general se pueden considerar como *breathing spaces* y ya existen algunos para diferentes lenguas minorizadas y regionales europeas como para el gascón (@memes_gascons⁴), para el corso (@memedicorsica⁵), para el Plattdeutsch (@plattdeutschememes⁶), para el ladino dolomítico (@lad.inia⁷; @tinisis_memes⁸ y otros) o para el sami (@sapmimeme⁹).

Los memes en lenguas minorizadas, hasta hoy en día, no han sido estudiado en detalle, por tal razón constituyen un desiderátum de la investigación. Como *virtual breathing spaces* es interesante conocer estos espacios digitales en los que se usa una lengua minorizada, siempre teniendo en cuenta que para las lenguas amenazadas los espacios digitales y su respuesta a los nuevos medios destaca un eje importante en la vitalidad y el mantenimiento de la lengua.

En conclusión, los puntos mencionados demuestran que es posible ver los memes desde diferentes aspectos para un análisis lingüístico. Se puede afirmar que los memes son un fenómeno cultural y social a la vez que lingüístico. Por tal razón, se los puede considerar también desde un punto de vista sociolingüístico. Aunque es recomendable incorporar múltiples disciplinas lingüísticas para obtener un resultado más completo. En resumen, los memes son fenómenos multimodales, digitales, (inter)textuales, culturales y lingüísticos complejos que requieren una atención especial sobre todo en entornos de lenguas minorizadas.

3. Estudio empírico

El estudio inicial se centra en el análisis de una encuesta sobre las actitudes lingüísticas de un fragmento del grupo de vascohablantes hacia el uso de su lengua en las redes sociales y especialmente en los memes. La plataforma elegida de donde se sacó los memes para la encuesta se llama *Memeka*. La página es completamente monolingüe en euskera. A diferencia de páginas de memes que solamente difunden memes para una comunidad, *Memeka* es una plataforma publicada en internet que, además de difundir memes, también es un generador de memes. Eso significa que es una plataforma en la que se pueden crear los propios memes con 193 plantillas disponibles en las que solo se pueden modificar

⁴ *Memes Gascons*. https://www.instagram.com/memes_gascons/ (14.01.2025).

⁵ *Meme di Corsica*. <https://www.instagram.com/memedicorsica/> (14.01.2025).

⁶ *Plattdeutschememes*. <https://www.instagram.com/plattdeutschememes/> (14.01.2025).

⁷ *Ladinia Malcontënta*. <https://www.instagram.com/lad.inia/> (14.01.2025).

⁸ *Tini's Memes*. https://www.instagram.com/tinisis_memes/ (14.01.2025).

⁹ *Sámi memes*. <https://www.instagram.com/sapmimeme/> (14.01.2025).

las partes textuales y añadir *stickers*. Entonces es una herramienta para la modificación y la divulgación de memes en euskera. En la página web de *lametza*, una agencia especializada en la promoción del euskera a través de nuevas tecnologías y responsable de *Memeka* expone lo siguiente:

Desde su creación *lametza* ha desarrollado diversos productos relacionados con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en euskera. En este caso, *Memeka* es un proyecto para aumentar el uso del euskera de cara a los adolescentes y a través de las TIC. [...] El objetivo es que jóvenes y adolescentes creen contenidos en euskera y utilicen el euskera de forma lúdica, jugando con la lengua. De hecho, los memes permiten romper con el sabor serio que aún hoy tiene el euskera (y más entre los jóvenes), ya que son una forma de divertirse con la lengua (*lametza* 2022; Traducción SM¹⁰).

La página se conforma con una herramienta interactiva y gratuita para la promoción del euskera en las redes sociales, y es patrocinado por el Gobierno Vasco. Así que el día 27 de enero de 2025 ya existen 3304 memes publicados en la *meme galeria*. El número de personas activas en la plataforma no se puede determinar porque el sitio no se había publicitado en ninguna parte. Sin embargo, ya que se trata de una plataforma pública participativa y sin regulación existen también algunos pocos memes que no aparecen en euskera. *Memeka* es una página web independiente de las grandes redes sociales como Instagram, Facebook y X. Aunque existen cuentas de la plataforma en Instagram y PixelFed.eus¹¹ para la divulgación del contenido creado por las personas que usan el sitio, que, no obstante, tiene solo 225 seguidores en Instagram¹² y 108 seguidores en PixelFed¹³. Es de suponer que la divulgación de los memes descargables se lleva a cabo en las cuentas privadas de las personas que han creado el contenido y que solo algunos memes seleccionados se publican en los canales de difusión mencionados.

El estudio de las actitudes lingüísticas representa un amplio campo de investigación situado en la sociolingüística. Ese término 'actitud' caracteriza un concepto proveniente de los estudios sociopsicológicos y fue adaptado más tarde al concepto de la actitud lingüística. Las actitudes lingüísticas se expresan de forma positiva o negativa y son esencialmente interdisciplinarias (cf. Cuonz 2014: 32). Con estudios de actitudes lingüísticas es posible captar las opiniones, percepciones, sentimientos, pensamientos o estereotipos de una persona y hasta partes de la sociedad sobre, por ejemplo, una variedad específica de una lengua o el uso de tal lengua en una práctica lingüística determinada como por ejemplo en los memes (cf. Dołowy-Rybińska/Hornsby 2021: 109). Todos esos aspectos que influyen en las actitudes lingüísticas son aprendidos por la socialización de individuos en los entornos familiares, educativos, y también a través de los medios de comunicación (cf. *ibid.*).

Las actitudes lingüísticas están, además, estrechamente relacionadas con las ideologías lingüísticas que, sin embargo, demuestran un nivel más profundo y solamente se expresan en las actitudes lingüísticas hacia una lengua, una variedad o una práctica lingüística. Eso implica que las actitudes son más las evaluaciones explícitas, mientras que las ideologías representan más el fondo implícito de las actitudes (cf. *ibid.*: 106). En cuanto a hablantes de lenguas minorizadas en sociedades occidentales modernas esas actitudes se relacionan muchas veces con dimensiones de estatus o prestigio, de solidaridad, de anonimidad o de autenticidad (cf. O'Rourke 2022: 276).

3.1. Metodología

¹⁰ Traducción con la ayuda del traductor automático: Batua.eus. En línea en <https://www.batua.eus>.

¹¹ PixelFed.eus es "A free and ethical photo sharing platform, powered by ActivityPub federation. Pixelfed is freely licensed under the AGPL license." (PixelFed 2023)

¹² @memeka.eus. En línea en <https://www.instagram.com/memeka.eus/>.

¹³ Memeka.eus. En línea en <https://pixelfed.eus/memeka.eus>.

Para el cuestionario se eligió el castellano, dado que el autor no es parte de la comunidad vascófona, se decidió utilizar una lengua vehicular. La encuesta consta de cinco partes que están precedidas por una pregunta de exclusión, que plantea si la persona habla euskera que era el único requisito para participar. Dado que el propósito de este estudio fue de naturaleza exploratoria, no se procedió con una validación externa del nivel real de competencia en euskera. Sin embargo, para aumentar la fiabilidad, se incluyó una autoevaluación de competencia y algunos ítems de control en euskera. En consecuencia, los hallazgos obtenidos podrían reflejar una tendencia general, pero su robustez requiere ser confirmado en estudios posteriores de mayor alcance y detalle. El cuestionario se ha realizado en línea a través de la página *SoSci Survey*¹⁴, que es una plataforma gratuita para la investigación sin fines comerciales que cumple las normativas europeas sobre protección de datos y cuenta con diferentes plantillas de encuestas adaptables.

Al término del período de la encuesta después de 45 días, el 23 de abril 2023, se empezó con el procesamiento de datos. En la plataforma *SoSci Survey* se descargaron los dos documentos CSV de las dos encuestas. De todas las entradas de la encuesta, solo se toman en consideración aquellas que hayan llegado a la última página del cuestionario (indicado por FINISHED). Todos los datos recabados son anónimos y no pueden atribuirse a nadie. Para la preparación de datos se ha utilizado el programa JASP. De este modo, se evaluaron las frecuencias absolutas de la encuesta para cada pregunta. Los cuestionarios se han difundido sobre todo por Instagram por la cuenta personal y por la cuenta institucional de las cátedras romanísticas de la Universidad de Mannheim. Una publicación en esa última y también contacto directo con cuentas que están en euskera han ayudado a difundir las encuestas. El análisis no representa de ningún modo una imagen representativa de la comunidad de habla euskera, sino que constituye solamente un fragmento del grupo que por el modo de difusión fue limitado a la plataforma Instagram. Las personas que se ha encuestado participaron voluntariamente por lo cual resulta una selección aleatoria de personas.

3.2. Datos demográficos

Para entender mejor los resultados de la encuesta, a continuación, se presentan los datos demográficos relativos a las personas que han participado. En total había 263 vistas de la encuesta de las han llenado el cuestionario 49 personas. De todas las personas encuestadas la mayor parte – con 31 de las 49 personas (63,3%) – son de edades comprendidas entre 20 y los 30 años. Han participado solamente 2 personas que tienen menos de 20 años (4,1%). En el rango de edad de 31 a 40 años se presentan 12 personas (24,5%), y en la categoría de más de 40 años hay 4 personas (8,2%). En resumen, el grupo más frecuente es el de personas cuyas edades están comprendidas entre los 20-30 años que corresponde con la edad a la que la mayoría de las personas están expuestas a los memes y pasan tiempo en internet. En cuanto al género de las personas, han participado más personas que se identifican con el género femenino (32 de 49 personas; 65,3%) que con el género masculino (17 de 49 personas; 34,7%). En lo concerniente a la actividad principal de las personas encuestadas, la mayor parte tiene un empleo estable (22 de 49 euskaldunes; 44,9%). En segundo lugar, son hablantes que trabajan como funcionarios o funcionarias (9 de 49; 18,4%) y las personas que estudian en la universidad (11 de 49; 22,4%).

En cuanto al origen de las 49 personas, la mayor parte nació en las provincias de Gipuzkoa, CAV (20; 40,8%) y Bizkaia, CAV (18; 36,7%), había 5 personas de Araba (10,2%), CAV, 3 de la Comunidad Autónoma de Navarra (6,1%), una persona de México (2%), una de Alemania (2%) y una nacida en Rusia (2%). 29 de las 49 personas (59,2%) viven todavía en su ciudad de origen, 13 se han mudado a otra

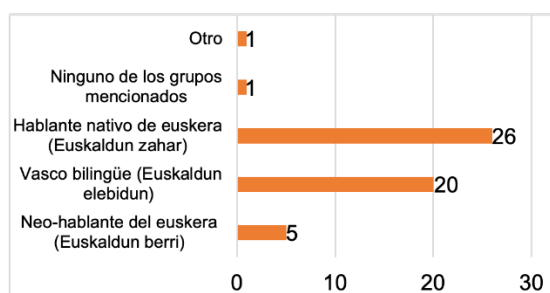
¹⁴ *Sosci Survey*. En línea en <https://www.soscisurvey.de>.

ciudad en Euskal Herria (26,5%), cinco han nacido en Euskal Herria, pero ahora viven fuera (10,2%), y hay una persona que no ha nacido en Euskal Herria y no vive allí (2%), así como una persona nacida fuera, pero que ahora vive allí (2%). Con relación a las provincias donde las personas viven ahora, 16 viven en Gipuzkoa (32,7%), 15 en Bizkaia (30,6%), 6 en Araba (12,2%), 3 en Navarra (6,1%), 2 en Florida (4,1%) y 2 en México (4,1%) y una en cada uno de estos lugares: Granada, Labourd, Alemania, Pirénées-Atlantiques y Rusia (2,0% cada mención). En resumen, muestra que la mayor parte que ha nacido en una provincia de habla euskera todavía vive en una de estas provincias y que solo hay pocas personas que se han mudado a otro lugar.

3.3. Datos demográficos lingüísticos

Empezando con la parte de la demografía lingüística, en la que se ha podido elegir más que una opción, las personas encuestadas consideran sus lenguas primarias, sobre todo, el euskera (26; 53,1%), seguido del grupo bilingüe de euskera-castellano (20; 40,8%). El último grupo con 5 personas son las personas neo-hablantes (10,2%) que representan solo una pequeña parte que no ha adquirido la lengua como lengua primaria.

Fig. 2: Identificación con grupos lingüísticos

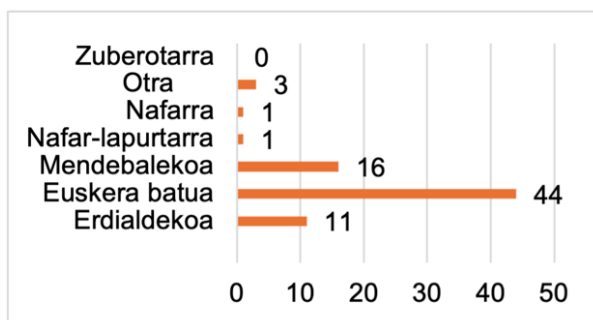


La distribución de las variedades habladas se puede ver en la figura 3. Se observa una predominancia de las variedades de Hegoalde, lo cual puede ser explicado al considerar que el castellano es la lengua empleada en el cuestionario. Por lo tanto, han participado, sobre todo, personas cuya lengua primaria o secundaria es el castellano. Sin embargo, hay una gran mayoría que ha elegido el *euskera batúa*, la lengua estándar del euskera como variedad hablada. Sin embargo, en segundo lugar, se encuentra el *Mendebalekoa*, la variedad vizcaína hablada en la provincia Bizkaia. En cuanto a las lenguas primarias se divide en una, dos o tres lenguas primarias según lo que han indicado las personas participantes. Con solo una lengua primaria, las personas encuestadas se han declarado con más frecuencia (16; 32,7%), seguido del castellano (12; 24,5%) que están al tanto con el bilingüismo de euskera y castellano (12; 24,5%) en el orden como escrito. Un número reducido de personas adquirió primero el castellano y posteriormente el euskera (6; 12,2%) y solo algunas no son personas hablantes nativas del euskera y tienen otra lengua primaria como el alemán (1) y el ruso (1) (2% cada mención). En el cuestionario se ha formulado la pregunta sin basarse en la tradición lingüística como 'lengua materna'¹⁵. Se observa una mayor adquisición del euskera antes de aprender una lengua dominante. Además, la adquisición simultánea del euskera y del castellano es especialmente frecuente. Siguiendo con las combinaciones de lenguas aprendidas, aparte de la lengua materna entre las personas vascohablantes, la mayoría habla

¹⁵ Esta decisión se ha tomado después de la retroalimentación del pretest con una persona que habla euskera y que también es lingüista. Aunque puede resultar irritante y, a veces no ser del todo claro, el término 'lengua materna' es aún más conocido en el lenguaje que el término lengua primaria. En un comentario también una persona ha indicado la ambigüedad del término, por tal razón en el futuro se intentará utilizar otro término.

una o dos lenguas además de su lengua primaria. Principalmente se destacan el inglés (14; 28,6%) y las combinaciones de castellano/inglés (6; 12,2%) o castellano/inglés/otra lengua (6; 12,2%).

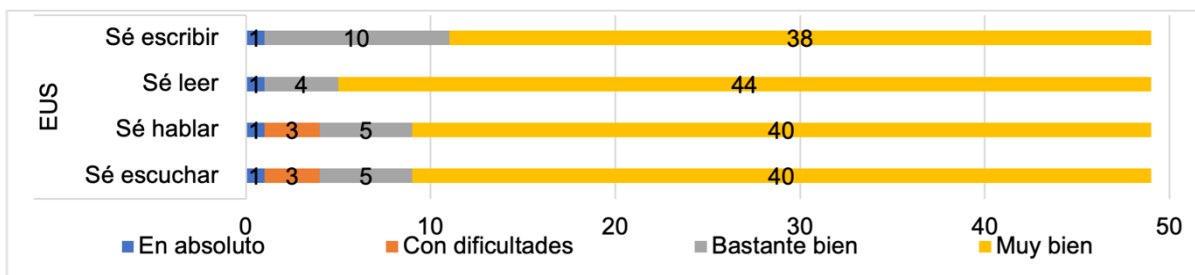
Fig. 3: Variedades habladas del euskera



Además, algunos hablan francés/inglés (4; 8,2%), castellano (3; 6,1%) y euskera como segunda lengua (2; 4,1%).

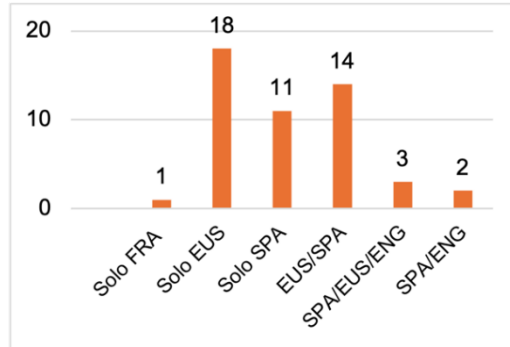
Se puede afirmar que las personas encuestadas se sienten en su mayoría más cómodas con el euskera (37; 75,5%), seguido por la lengua mayoritaria y nacional, el castellano (26; 53,1%). En definitiva, existe una comodidad en usar preferencialmente la lengua minorizada ante la lengua dominante. Esto también se refleja en la autoevaluación del nivel de dominio por la que, sin embargo, el euskera cuenta con una mayor proporción entre un nivel similar entre el euskera y el castellano (31; 63,3%). En general, se observa una buena autoevaluación del dominio del euskera, como se puede ver en la figura 4, seguido de algunas personas que consideran tener un dominio bastante bueno y solo unos pocos con dificultades. Sin embargo, hay una persona que ha respondido de manera opuesta a las demás en cuanto a su dominio del euskera, lo cual no concuerda con el resto de sus respuestas y las traducciones que ha realizado en la parte de la valoración de los memes.

Fig. 4: Autoevaluación del dominio del euskera



El buen dominio y los idiomas que usan las personas además de sus lenguas principales se reflejan también en su elección de idioma en la vida cotidiana (cf. figura 5). En ese contexto, el euskera disfruta de una gran popularidad que se ha mencionado con más frecuencia de forma individual. Encontramos, en segundo lugar, el uso del euskera y del castellano que corresponde con la frecuencia de la segunda lengua primaria o la segunda lengua del castellano. Sigue el castellano solo y otras combinaciones con y sin el euskera involucrado.

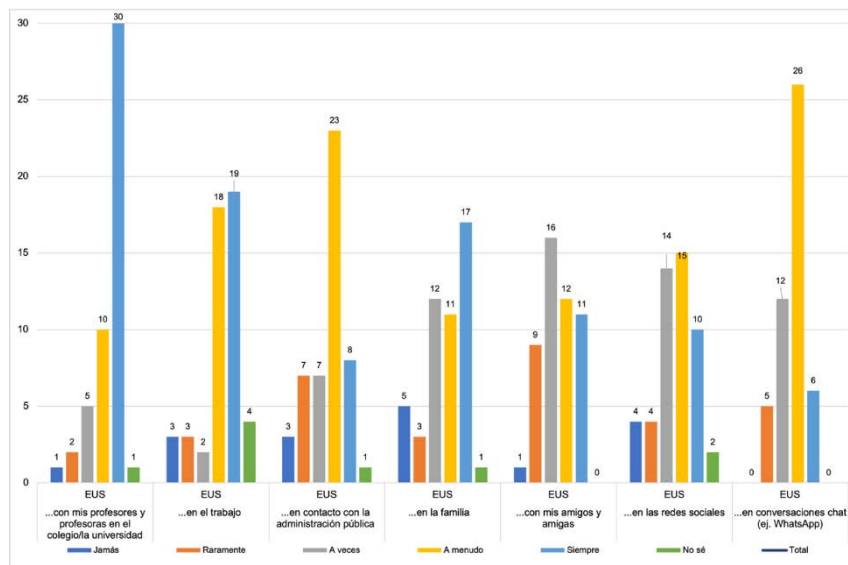
Fig. 5: Lenguas más usadas en la vida cotidiana



3.4. Uso del euskera en diferentes dominios

Aunque el euskera es la lengua más utilizada, las frecuencias de uso difieren entre sí en los distintos ámbitos, como se puede observar en la figura 6. En concreto, el euskera está muy establecido como lengua vehicular en el colegio o la universidad. En el ámbito laboral, el uso del euskera es habitual. En la esfera de la administración pública se evidencia un incremento en el uso del euskera. En el contexto familiar y social, el euskera se utiliza entre 17 personas lo 'siempre' (34,7 %) y 11 lo 'a menudo' (22,4 %) en el entorno familiar (22,4 %). Con amigos y amigas, la mayor parte (12 personas) indica 'a menudo' (24,5 %) y 11 personas indican 'siempre' en este ámbito (22,4 %). Esto ya permite observar una tendencia: en los ámbitos públicos, el euskera tiene su espacio y permite a los hablantes expresarse en su lengua materna en muchos, pero no todos, los dominios públicos. Además, es interesante que el uso en dominios sociales también se refleje en el uso de las redes sociales o las conversaciones por chat. En gran medida, estas tienen lugar en estos círculos familiares o entre amistades, por lo que se puede observar un uso frecuente del euskera en las conversaciones por chat. En relación con las redes sociales, las publicaciones, los comentarios y otras actividades desarrolladas en esta lengua muestran una gran frecuencia entre las personas encuestadas.

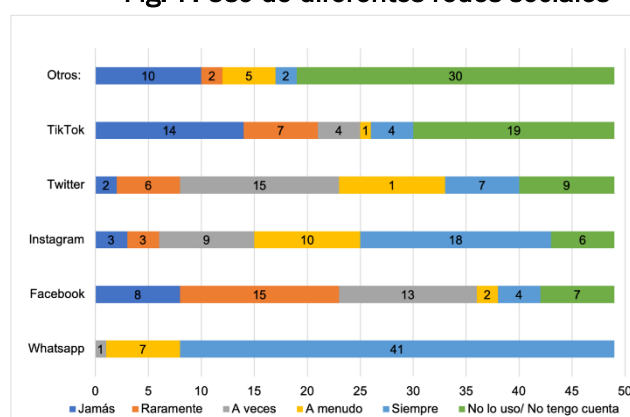
Fig. 6: Uso del euskera en diferentes dominios



3.5. Uso del euskera en internet y en las redes sociales

Con el fin de poder contextualizar el uso del euskera a nivel más general, también se ha preguntado sobre el uso de diferentes redes sociales, las lenguas más utilizadas en ellas y los hábitos relacionados. En la figura 7 se puede observar en qué medida el grupo está utilizando las redes sociales indicadas. Destacan las frecuencias de WhatsApp e Instagram, que son las más utilizadas. Instagram puede considerarse una plataforma muy importante para la transmisión de memes, tal y como se refleja en las respuestas relacionadas con las páginas o plataformas de memes conocidas. En esta pregunta, la mayoría de las respuestas indican que las páginas se encuentran en Instagram, lo que sugiere que Instagram desempeña un papel destacado en la difusión y en el consumo de memes.

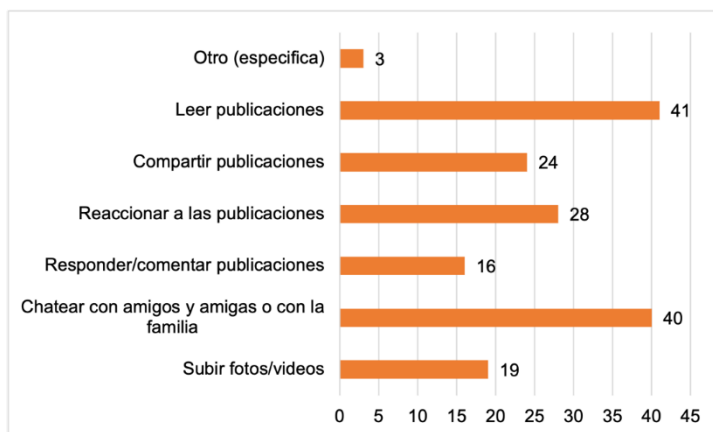
Fig. 7: Uso de diferentes redes sociales



En la figura 8 se puede ver con qué propósito se utilizan las redes sociales. Las actividades más frecuentes son, en primer lugar, ‘leer publicaciones’, en segundo lugar ‘chatear con amigos/amigas o con la familia’. En tercer lugar, sigue ‘reaccionar a las publicaciones’. En cuarto lugar, se encuentra ‘compartir publicaciones’. Por tanto, se puede afirmar que para las personas encuestadas lo más importante es el uso receptivo de las redes sociales y la función comunicativa. Solo después indican un uso interactivo o productivo.

En cuanto al tiempo que pasan en las redes sociales, mayoría pasa de una a dos horas en las redes al día. En segundo lugar, han indicado entre tres y cuatro horas. Las demás frecuencias, son más relativas. En la figura 9 se pueden ver las frecuencias de uso de las lenguas. Destaca el uso del euskera como lengua utilizada más frecuentemente (con más indicaciones de ‘a menudo’ y ‘a siempre’). Sigue el castellano, y, en tercer lugar, el inglés, lengua hegemónica de internet, es la más utilizada, seguida del francés y otras lenguas.

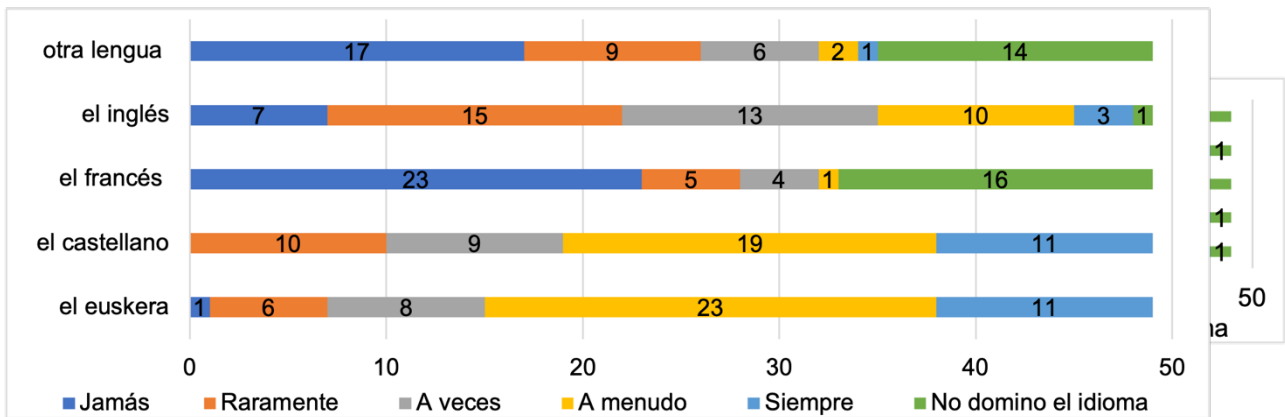
Fig. 8: Propósito de uso de las redes sociales



Tales frecuencias se pueden explicar con las respuestas a la pregunta 51 de “¿Por qué has elegido esa(s) lengua(s)?”. La opción más frecuente en este caso era que se eligieron las lenguas por el público destinatario. Si quieren hacerse entender por un público específico, también tienen que utilizar una lengua específica. La segunda razón más mencionada era ‘la facilidad para escribir en la lengua’, lo que demuestra que las personas hablantes no solo de la lengua dominante tienen buen dominio para escribir, sino que, como se han mostrado anteriormente también tienen un dominio bastante bueno o muy bueno en el euskera. Razones como el soporte de autocorrección, el teclado adecuado u otros solo se han mencionado raramente.

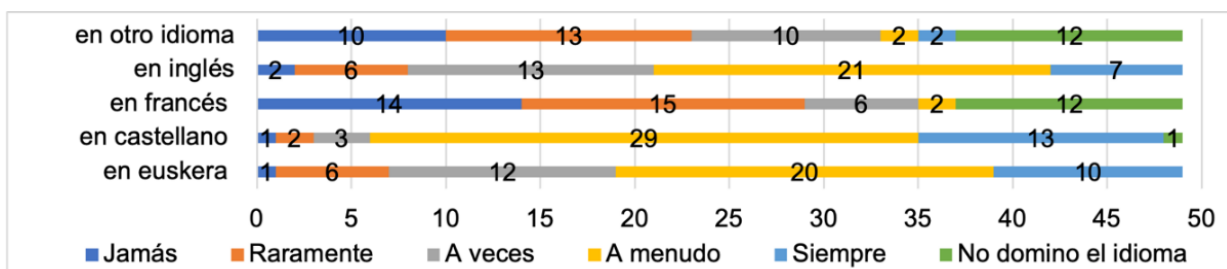
En cuanto a si las personas encuestadas mezclan el euskera con otras lenguas en publicaciones en redes sociales, 30 de las 49 personas encuestadas del euskera han respondido con ‘sí’ (61,2%). Las lenguas con las que se mezclan son, de mayor a menor frecuencia: solo el castellano (14), el castellano e inglés (4), solo inglés (2), castellano y francés (1) y castellano, inglés, italiano y catalán (1). Sobre todo, en el contexto de lenguas minorizadas, el público destinatario normalmente no es tan amplio como para otras lenguas, debido a que hay menos hablantes en total. Por tal razón, a veces es necesario usar traducciones para alcanzar un mayor público. En la pregunta 53 se pregunta si las personas traducen sus mensajes y/o sus publicaciones. La mayoría indica que ‘no’ y 8 de las 49 personas declaran que ‘sí’ (16,3%). Continuando con el tema de la traducción, se pregunta a las personas encuestadas sobre sus sentimientos cuando se les pide que traduzcan un mensaje o una publicación del euskera a otra lengua. Se observa que una gran no la aplica, pero también hay otra parte, que afirma sentirse feliz y dispuesta a realizar la traducción. Esto indica que estas personas sienten satisfacción y disposición a ayudar en la traducción de textos del euskera a otros idiomas. Solo algunas personas se muestran indiferentes y aún menos se enfadan o se desaniman ante dicha petición. Estas observaciones muestran una actitud positiva respecto a la implicación de la sociedad mayoritaria.

Fig. 9: Frecuencias de uso de las lenguas



En la encuesta sobre la reacción de personas ajenas a la cultura vasca ante las publicaciones en euskera se observa una actitud mayoritariamente positiva: la mayoría acepta el uso de la lengua en las publicaciones y se muestra abierta al respecto. Una parte de los encuestados se muestra neutra, mientras que muy pocos rechazan expresamente su uso. En general, el uso del euskera se acepta ampliamente y se valora positivamente. Por todo ello, teniendo en cuenta las respuestas de las personas encuestadas en relación con su propia aceptación de las publicaciones en euskera, se observa que la mayoría las acepta totalmente o simplemente las acepta. Solo un pequeño número de personas indica tener una reacción neutral ante estas publicaciones. Esto sugiere que en este grupo de personas el euskera está muy normalizado y ampliamente aceptado en lo que respecta a las publicaciones en esta lengua. En resumen, se puede decir que el grupo tiene una actitud muy normalizada y aceptante respecto a las publicaciones en euskera. No podemos dar por sentado sin más que esto también se aplica a otros sectores de la sociedad vascohablante sin realizar estudios más profundos al respecto.

Fig. 10: Lenguas más consumidas en contenido

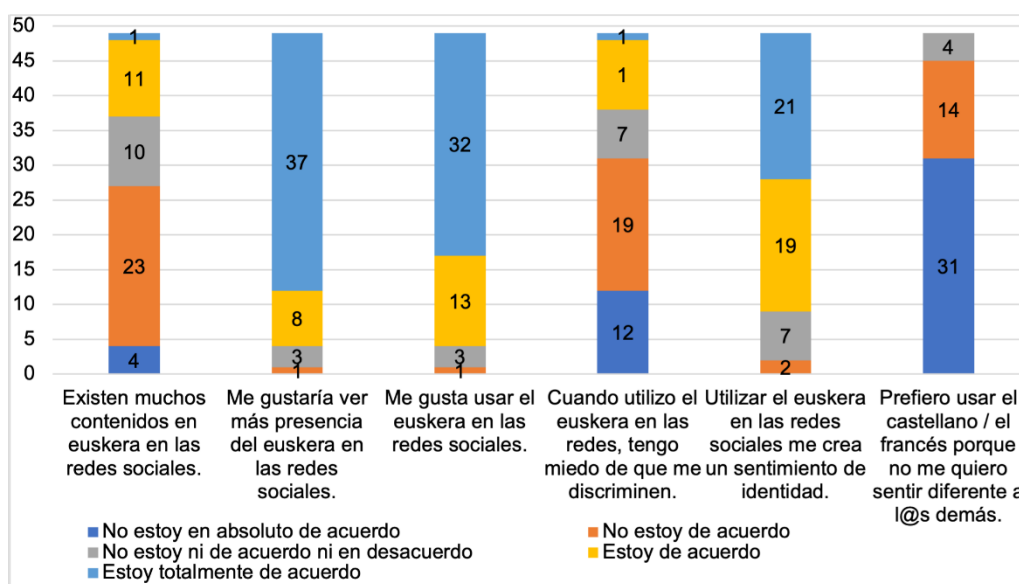


Las lenguas principales para el consumo de contenidos se muestran en la figura 10, en la que se observa claramente la hegemonía de las lenguas mayoritarias. La influencia del castellano, la lengua más consumida en la encuesta, es evidente. En segundo lugar, se encuentra el euskera, seguido muy de cerca por el inglés. El francés no tiene ninguna relevancia en los contenidos consumidos en este contexto. Sin embargo, se observa una distribución diferente de las lenguas principales utilizadas en los contenidos que las personas publican. Esto significa que las personas seleccionan una lengua u otra en función del contenido que desean compartir. En este caso, la gente usa principalmente el euskera, seguido muy de cerca por el castellano. Los datos concretos se pueden consultar en la figura 11.

Fig. 11: Lenguas usadas en publicaciones propias

Por último, en esta sección se mencionan las actitudes generales en relación con la presencia del euskera, así como las actitudes con respecto a la identidad y las preferencias de uso, entre otros aspectos. En la figura 12 se pueden ver los resultados correspondientes. La mayoría niega que haya muchos contenidos en euskera en las redes sociales y, al mismo tiempo, afirma que le gustaría ver más presencia del euskera en ellas. En este aspecto, se percibe que existe voluntad de ver más contenidos en su lengua primaria y un gran deseo de que se use más en los medios sociales. También en la pregunta “Me gusta usar el euskera en las redes sociales” las respuestas están mayoritariamente de acuerdo con la afirmación, lo que refuerza la observación anterior. Además, la mayoría de las personas no muestra ningún tipo de preocupación respecto a una posible discriminación por utilizar el euskera. En general, existe una actitud segura y de confianza respecto al uso del euskera en las redes sociales. En este caso, las personas hablantes de euskera muestran un alto grado de orgullo y convicción en el uso de su lengua, una circunstancia que no siempre se observa en el caso de las lenguas minorizadas. A la pregunta de si utilizar el euskera en las redes sociales crea un sentimiento de identidad, la mayor parte de las personas participantes ha respondido afirmativamente, mientras que solo algunas no están ni de acuerdo ni en desacuerdo o están (totalmente) en desacuerdo. Tampoco prefieren el uso de las lenguas dominantes para no sentirse diferentes a los demás: la mayoría no está de acuerdo o en absoluto desacuerdo, lo que demuestra una vez más su actitud positiva hacia su lengua.

Fig. 12.: Opiniones hacia el uso del euskera en las redes sociales

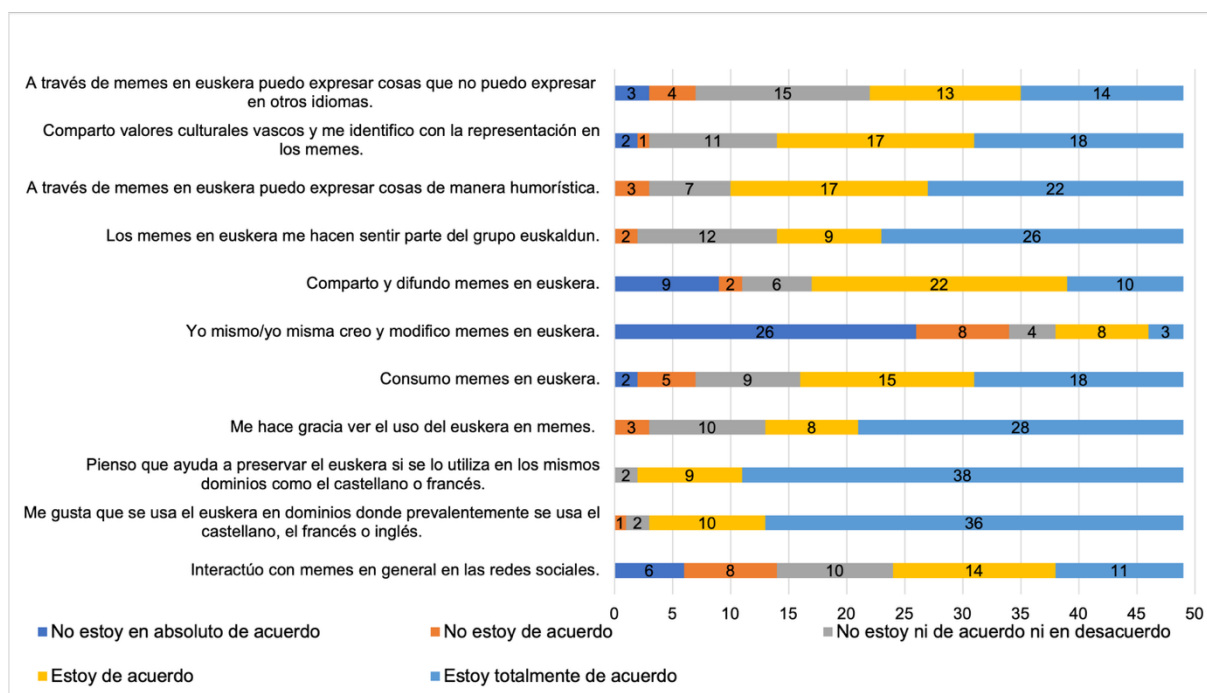


3.6. Actitudes generales hacia los memes en euskera

Antes de abordar el tema de los memes en la encuesta, se buscaba conocer el nivel de conocimiento de las personas sobre los fenómenos digitales, como los memes. A dicha pregunta “Yo sé lo que es un meme”, todas las personas contestaron afirmativamente. A continuación, se ha preguntado por más páginas y plataformas de memes en euskera. Tras comprobar las duplicaciones en las respuestas, se han mencionado 45 páginas y plataformas, de las cuales 29 están en Instagram, 10 en X (anteriormente Twitter) y una en Facebook. Además, hay cinco nombres que no tienen ninguna referencia a la red social ni a otro lugar de la página o plataforma. Entre estos cinco se encuentra el de Memeka, la plataforma de la que se han obtenido los memes para este artículo.

Con el fin de conocer las actitudes y hábitos de las personas encuestadas, se les ha pedido que expresen su opinión sobre algunas afirmaciones relacionadas con los memes. Las afirmaciones y las respuestas respectivas se muestran en la siguiente figura 13. Una parte considerable de las personas encuestadas afirma (totalmente) (25 de 49) que interactúa con los memes en general en las redes sociales, independientemente de si están en euskera o en otras lenguas. Esto indica que estas personas participan activamente en la cultura de los memes y los utilizan como forma de expresión en las plataformas en línea. Diez de las 49 personas (el 20,4 %) no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, lo que puede significar que posiblemente interactúan con memes, pero no con frecuencia. Catorce personas (28,6 %) no están de acuerdo o no están de acuerdo en absoluto, lo que en total demuestra una tendencia ligeramente positiva en cuanto a la interacción del grupo con memes.

Fig. 13: Opiniones en relación con los memes en euskera



Independientemente de si hay mucha o poca interacción, la mayoría de las personas encuestadas ha declarado estar de acuerdo (8 de 49; 16,3%) o totalmente de acuerdo (28 de 49; 57,1%) con que les gusta ver el uso del euskera en memes. No obstante, con las 10 personas de 49 (20,4%) que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con tal afirmación, y con tres que no están (en absoluto) de acuerdo. Aunque no a todos y todas del grupo encuestado les hace gracia ver el uso de su lengua en los memes, en general hay una actitud positiva hacia su empleo en los ámbitos que tradicionalmente han estado reservados a las lenguas dominantes: el castellano (y, en Iparralde, el francés), y, el inglés como *lingua franca*. En este contexto, se observa que la frecuencia de respuestas ‘totalmente de acuerdo’ es significativamente mayor en comparación con las demás opciones (36 de 49; 73,5%). En segundo lugar, hay 10 personas que están de acuerdo (20,4%). Solo 2 personas (4,1%) han declarado que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo. En general, se puede afirmar que existe una actitud muy positiva en cuanto al uso del euskera en dominios predominantemente ocupados por las lenguas dominantes, con la sola excepción de una persona a la que no le gusta ver el euskera en estos dominios.

Además, en relación con la afirmación de “Pienso que ayuda a preservar el euskera si se le utiliza en los mismos dominios que el castellano o el francés” un número considerable de personas mostró estar totalmente de acuerdo con esta afirmación, lo que indica que creen que el uso del euskera en los mismos dominios que el castellano/francés contribuye a preservar su lengua. Estos resultados sugieren que las

personas encuestadas son conscientes de la importancia de utilizar su lengua minorizada en diferentes contextos para su preservación y promoción. De igual manera, prevalece el acuerdo total (38 de 49; 77,6%), seguido de 9 de 49 personas (18,4%) que están de acuerdo. Para esta afirmación no había opiniones contrarias y solo dos personas (4,1%) que no se posicionaron claramente. En total, estas dos afirmaciones demuestran la gran convicción de las personas encuestadas de que, con su lengua, aunque en un contexto minorizado, aspiran a utilizarla en dominios en los que históricamente no se ha utilizado y de que están convencidos y convencidas de que esta penetración en tales dominios ayuda a preservar el euskera. Esta tendencia se confirma con las 9 personas de 49 (18,4 %) que están de acuerdo y las 26 personas de 49 (53,1 %) que están totalmente de acuerdo con la afirmación “Los memes en euskera me hacen sentir parte del grupo euskaldun” (cf. figura 13). Hay poco desacuerdo (2 de 49; 4,1%) con la cuestión de identidad, sin embargo, hay un número considerable de personas que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo (12 de 49; 24,5%).

En concreto, en relación con la afirmación de si las personas comparten y difunden memes en euskera, se observa que una parte considerable (22 de 49; 44,9 %) está de acuerdo con ella. Por un lado, más de la mitad (32 de 49; 65,3%) de todas las personas participantes comparte y difunde memes en euskera según sea el caso. De todas maneras, también existe, por otro lado, una parte que no se posiciona (15 de 49; 30,6%). También hay personas que no comparten ni difunden memes (2 de 49: ‘no estoy de acuerdo’ y 9 de 49 personas ‘No estoy en absoluto de acuerdo’; en total 22,4%). En cuanto a las personas que crean o modifican memes en las dos lenguas, como era de esperar, el número de personas que han expresado su acuerdo con esta afirmación es menor. Este dato es lógico si se tiene en cuenta el proceso de creación y difusión de los memes, tal y como se ha explicado. El número de ‘no estar en absoluto de acuerdo’ es el más elevado (26 de 49 personas; 53,1%), seguido de las personas que no están ‘de acuerdo’ (8 de 49 personas; 16,3%). Se observan 4 de las 49 personas (8,2%) que no están ‘ni de acuerdo ni en desacuerdo’ y hay menos personas encuestadas, que están ‘de acuerdo’ (8 de 49; 16,3%) y que están ‘totalmente de acuerdo’ (3 de 49; 6,1%). Si bien, poca gente crea contenido de memes, hay más personas que los consumen con 15 de las 49 personas (30,6%) ‘de acuerdo’ y 18 de las 49 personas (36,7%) que expresan su ‘total acuerdo’, se nota un mayor número que está en contacto con memes en euskera en el día a día. Algunas personas (9 de 49 personas; 18,4%) no están ‘ni de acuerdo ni en desacuerdo’ con la afirmación y, por lo tanto, es probable que consuman solo a veces memes en euskera, pero no muy frecuentemente. En total 7 de las 49 personas (14,3%) encuestadas del grupo del euskera no consumen memes en euskera.

Las últimas afirmaciones visibles de la figura 13 apuntan más bien a la identificación con los memes como instrumentos culturales y al uso concreto del euskera, o bien, a la actitud que se tiene a la hora de usarlo en los memes y a si con su lengua se pueden expresar cosas que en realidad se cree que no se pueden expresar en otras lenguas. Una cantidad considerable de personas está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la primera de las dos afirmaciones. 13 de las 49 personas (26,5%) encuestadas están de acuerdo y 14 (28,6%) están totalmente de acuerdo en que con el euskera se pueden expresar cosas que no se pueden expresar en otros idiomas. Sin embargo, hay muchas personas que expresan sus dudas respecto a esta afirmación: 15 de las 49 personas (30,6%) no están ‘ni de acuerdo ni en desacuerdo’, 4 de las 49 personas (8,2%) ‘no están de acuerdo’ y una persona (2,0%) está ‘en total desacuerdo’.

Los memes tienen la capacidad de transmitir mensajes de manera concisa y con un toque de humor, lo que los hace especialmente atractivos y populares en la cultura digital actual. De hecho, la expresión humorística en los memes en euskera también está experimentando una gran aprobación. En este caso, 17 de 49 personas encuestadas (34,17%) comparten la opinión de que con su lengua se pueden expresar cosas de manera humorística, y, aún más, 22 de 49 (44,9%) están ‘totalmente de acuerdo’ con esta afirmación. Solo una pequeña parte no estaba ‘ni de acuerdo ni en desacuerdo’ (7 de 49; 14,3%), y

un número aún menor no estaba “de acuerdo” o ‘en absoluto desacuerdo’ (3 de 49; 6,1%). En general, la actitud es positiva hacia la expresión humorística a través de los memes en euskera.

Por último, se pregunta si las personas comparten valores culturales vascos y si se identifican con las representaciones de los memes. Esta opinión también recibe una gran aprobación, con un 34,7 % de respuestas ‘de acuerdo’ (17 de 49; 34,7%) y de respuestas ‘totalmente de acuerdo’ (18 de 49; 36,7%). Un pequeño porcentaje de personas no se posiciona (11 de 49; 22,4%) y solo unas pocas están ‘en desacuerdo’ o ‘en absoluto desacuerdo’ (3 de 49; 6,1%). De estos datos se puede deducir una fuerte conexión con la cultura y que los memes se perciben aún más como parte de ella, aunque estén redactados en euskera.

3.7. Actitudes concretas hacia memes seleccionados en euskera

Para esta última parte, en el cuestionario se han planteado cuatro memes con diferentes preguntas relacionadas. Para los memes que se han seleccionado son aquellos más difundidos. Las preguntas están en el siguiente orden: “Ya conozco esta plantilla de memes.”, “Me identifico con el contenido”, “Para mí este meme representa el humor típico vasco.”, “¿Cómo de gracioso te parece este meme?”, “¿Según tu opinión en qué categoría pondrías este meme?”, “En una frase corta ¿cómo explicarías el sentido de este meme a una persona que no pertenece al círculo cultural vasco?”. Para el análisis, se utilizan los cuatro memes más populares de la plataforma Memeka, tal y como se ha explicado anteriormente. En la figura 14 se muestran los cuatro memes, desde el más popular, situado arriba a la izquierda, hasta el cuarto más famoso, abajo a la derecha.

En cuanto a las plantillas, el primer meme (M1) alcanza mayor reconocimiento. Usa la plantilla ‘*Hide the pain Harold*’¹⁶ que es conocida ampliamente en la cultura popular digital y ha experimentado un notable éxito desde principios de 2010 (cf. *Hide the Pain Harold*). También la plantilla del meme tres (M3) es bien conocida entre las personas encuestadas. Es una plantilla llamada *Roll Safe* que muestra al actor Kayode Ewumi en uno de los personajes que está interpretando y que representa un meme con el que se puede reaccionar bien ante ciertas situaciones (cf. *Roll Safe*). Las otras dos plantillas fueron reconocidas por menos de la mitad de las personas que han participado en la encuesta. En cuanto a la identificación con el contenido de los cuatro memes, la mayor parte de las personas encuestadas ha declarado que sí se identifica con M1 (34 de 49, el 69,4%); con M2 (37 de 49, el 75,5%); con M3 (37 de 49, el 75,5%); y con M4 (31 de las 49, el 63,3%). Sobre todo, el segundo (M2), que es un meme bastante general, que traducido dice ‘Lo que quieres hacer (izquierda), el tiempo que tienes (derecha)’. No hace ninguna referencia específica a la cultura o a la lengua vasca, y la plantilla también guarda relación con la cultura popular de la serie de *Los Simpsons*. Por tanto, en este caso, la identificación con el contenido solo se produce a través de la difusión en euskera.

Fig. 14: Memes vascos de la encuesta, arriba de izquierda a derecha y abajo (M1, M2, M3, M4)

¹⁶ *Hide the Pain Harold*. *Know your Meme*. En línea en <https://knowyourmeme.com/memes/hide-the-pain-harold>.

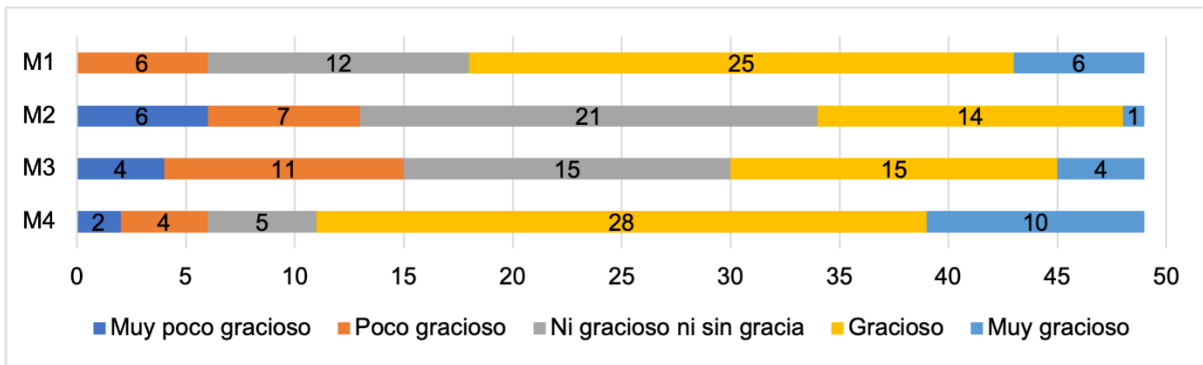


Dado que la mayoría de los memes incorporan elementos humorísticos, se analiza a continuación en qué medida este humor se relaciona con el humor típicamente vasco. Con respecto a la representación del humor típico vasco en los memes hay opiniones diferentes en relación con los memes individuales. 25 de las 49 personas (51,0%) afirman que el M1 representa el humor vasco. Eso significa un poco más de la mitad de todas las personas que han participado. El M2 es el que tiene la menor aprobación, con 9 de las 49 personas (18,4%) que han votado ‘sí’, mientras que el resto (40 de 49; 81,6%) ha declarado que ‘no’ es el humor típico vasco. A la vez este meme es el más general o universal de los cuatro. M3 tiene una aprobación un poco más elevada que el primer meme, ya que 28 de las 49 personas encuestadas (el 57,1%) han declarado que ‘sí’ es el humor característico. Y, por último, el meme cuatro M4 es con 44 de las 49 personas (89,8%) el más típicamente vasco. Afirman que los dos *bertsolaris*¹⁷, que aparecen en este meme y el juego con la serie de la cultura popular anglófona *Peaky Blinders* representan el humor propio de Euskal Herria. Traduce el título ‘¿Peaky Blinders?’ (primera parte superior) y ‘Diles que vengan a probar el bastón de Txirrita’ (segunda parte inferior).

Típicamente vasco o no, las estimaciones sobre lo gracioso que les parece a las personas suelen coincidir en partes también con sus declaraciones sobre el humor vasco. Esta estimación también se muestra en las frecuencias absolutas del cuarto meme. La mayoría indica que le parece gracioso o muy gracioso, tal como se puede ver en la figura 15. El M1 no representa un humor vasco que convenza a todas las personas, pero les parece gracioso o muy gracioso a la mayor parte de las personas encuestadas. Por tanto, en el caso de estos memes vascos, se puede decir que no están tan fuertemente vinculados con la cultura vasca.

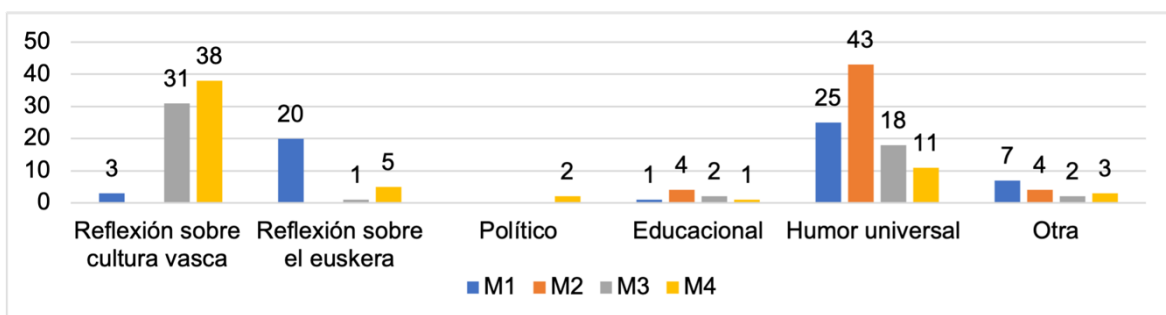
Fig. 15: ¿Cómo de gracioso te parece este meme?

¹⁷ “Bertsolari, según la etimología, es quien crea bertsos, de estrofas enteras” (Lasarte 2020: 250) y son muy populares en la cultura vasca.



En lo concerniente a la categorización de los memes por parte de las personas hablantes de euskera, destacan dos categorías: la reflexión sobre la cultura vasca y el humor universal. Solo hay un meme que se categoriza como reflexión sobre el euskera. El primer meme que traduce '¿Cómo se dice pingüino en euskera?' (primera parte), 'águila polar' (segunda parte) se centra en un juego de palabras. Incluye la palabra *arrano* 'águila', que con frecuencia se utiliza como símbolo nacional en Euskal Herria. Esa palabra forma parte de un compuesto con la palabra *polar* para expresar en vasco el concepto de 'pingüino'. Para las personas encuestadas es una reflexión sobre el euskera y, a la vez, una expresión de humor universal. La mayoría también ha afirmado que le explicaría a una persona ajena a la cultura vasca que se trata de un juego de palabras, por lo que es una reflexión sobre el euskera. La gran mayoría ha clasificado el M2 dentro de la categoría universal. La mayoría de las personas explicaban la falta de referencia a la cultura o al euskera con una simple traducción. El M3 es, para las personas participantes, una combinación de reflexión sobre la cultura vasca y humor universal. Su traducción es 'Para hacer un buen kalimotxo el vino siempre 3/4', en referencia a la bebida que consiste en mezclar vino con refresco de cola. La explicación más habitual es que el meme hace referencia a las medidas para preparar un *kalimotxo*. En algunos casos las personas encuestadas describen el exceso de alcohol o simplemente explican qué es un *kalimotxo*. El M4, se ha categorizado como una reflexión sobre la cultura vasca. Se explica como una comparación entre la serie de televisión *Peaky Blinders* y Txirrita, un *bertsolari* muy conocido en Euskal Herria.

Fig. 16: Categorización de los memes por las personas vascohablantes



Resumiendo, se puede afirmar que los memes M1 y M4, con un fuerte vínculo a la lengua o cultura vasca, son mejor recibidos por el público. De esto se deduce que la actitud hacia los memes en euskera es más positiva cuando estos son más generales. Aunque los otros dos memes tampoco fueron mal recibidos, se observa que la identificación con el contenido por una componente lingüística o cultural es un factor importante su éxito.

4. Conclusión y perspectivas

En resumen, los resultados de este artículo, prestando especial atención a los datos analizados, permiten afirmar que las actitudes lingüísticas hacia los memes en euskera son bastante positivas. Sin duda, los memes son beneficiosos para el mantenimiento de la lengua, ya que se han creado un espacio en la cultura popular y en los dominios predominantemente ocupados por otras lenguas mayoritarias.

Teniendo en cuenta la situación sociolingüística, esta también se refleja en los memes. En ellos se observa el uso del euskera incorporando el uso del castellano y, en menor medida, del inglés. Además, se aprecia el uso de un registro bastante informal, lo que brinda a las personas hablantes un espacio no supervisado para expresarse libremente y con menor presión normativa, un auténtico 'breathing space'. Esto fomenta la autenticidad, que en muchos casos se aspira en el contexto de lenguas minorizadas, y también puede fortalecer las actitudes lingüísticas.

La encuesta también muestra una actitud positiva hacia la ocupación del espacio. A la mayoría le parece una forma adecuada de utilizar el euskera en las redes sociales. Por lo tanto, es posible que en los próximos años aumente su uso en ámbitos que hasta ahora han estado infrarrepresentados, lo que contribuiría a mejorar aún más la actitud lingüística y a aumentar el prestigio de la lengua minorizada, incluso en el ámbito político. Dado que la mayoría utiliza las redes sociales para leer publicaciones, es imprescindible aumentar el número de contenidos en euskera. Como se ha observado al principio, la omnipresencia del inglés y de otras lenguas hegemónicas deja poco espacio para lenguas minorizadas. Sin embargo, las personas hablantes de euskera desean utilizar su lengua en estos medios y no tienen miedo de hacerlo. Al contrario, estarían muy agradecidos de ver mayor presencia de sus respectivas lenguas en los medios sociales, especialmente en ámbitos donde lenguas mayoritarias tienen un dominio predominante.

En definitiva, se puede afirmar que los memes son una excelente herramienta para la transmisión de lenguas minorizadas, ya que se adaptan muy bien a grupos específicos y a cualquier lengua con un sistema de escritura. Las generaciones más jóvenes, en particular, están familiarizadas con su uso y su comportamiento. Esto resulta evidente porque la mayoría de las personas encuentran en los memes un punto de identificación con su cultura. Además, el hecho de que las personas consuman con frecuencia sugiere una actitud lingüística positiva. Asimismo, cuando se crean memes en lenguas minorizadas, las personas hablantes pueden expresar cosas de una manera que no podrían expresar en otras lenguas, lo que les permite compartir una representación identitaria.

En conclusión, las actitudes de este pequeño grupo son consistentemente favorables al uso del euskera en memes y en las redes sociales en general, ya sea en mayor o menor medida. Sin embargo, el tamaño de la muestra de este estudio es limitado, por lo que se puede interpretar como un grupo con una actitud bastante positiva hacia el euskera, los memes y la encuesta. En estudios futuros, debería tomarse una muestra más grande y diversa en cuanto a la representación social para obtener una visión más clara de la situación del euskera en las redes sociales y en los memes. Además, en el ámbito de la planificación lingüística, la implementación de una plataforma como *Memeka*, diseñada para fomentar la creación y difusión de memes en euskera, plantea interrogantes sobre su posible impacto en la comunidad. La investigación sobre este impacto es un área que requiere mayor exploración, dado el potencial de estas plataformas como medio asequible para promover el uso de las lenguas minorizadas en el contexto virtual.

5. Bibliografía

- ACKERMANN-BOSTRÖM, C./GLASS, M. (2024). Communicative competence in the virtual breathing space: Minoritized language learning in social media. En S. Mohr y L. Ferrara (Eds.) *Learning Languages, Being Social* (pp. 149-170). Berlin/Boston: De Gruyter En línea en <https://doi.org/10.1515/9783110794670-006>.
- BELMAR, G.; GLASS, M. (2019). Virtual communities as breathing spaces for minority languages: Re-framing minority language use in social media. *Adeptus*, 14, 1-24. En línea en <https://ispan.waw.pl/journals/index.php/adeptus/article/view/a.1968>.
- BÜLOW, L.; MERTEN, M. (2023). Multimodale Metaphern im Kontext von Internet-Memes. Korpuspragmatische und kognitionslinguistische Zugänge zu einem soziokognitiven Online-Phänomen. En S. Meier-Vieracker; L. Bülow; K. Marx y R. Mroczynski (Eds.) *Digitale Pragmatik* (pp. 127-152). Berlin: Metzler. En línea en <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-662-65373-9#book-header>.
- BÜLOW, L.; MERTEN, M.; JOHANN, M. (2018). Internet-Memes als Zugang zu multimodalen Konstruktionen. *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, 2018 (69), 1-32. En línea en <https://doi.org/10.1515/zfal-2018-0015>.
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EUSKADI (2023). *VII Encuesta Sociolingüística 2021. Informe Resumen*. Donostia-San Sebastián: Departamento de Cultura y Política Lingüística de Gobierno Vasco. En línea en https://bideoak2.euskadi.eus/2023/03/20/news_84431/VII_ENCUESTA_SOCIOLOGÜÍSTICA_resumen.pdf.
- COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA (2023). *VII Encuesta Sociolingüística 2021*. Pamplona: EUSKARABIDEA - INSTITUTO NAVARRO DEL EUSKERA. En línea en https://www.euskarabidea.es/fitxategiak/ckfinder/files/VII_%20Inkesta%20Soziolingüistika__VII%20Encuesta%20Sociolingü%3%ADstica_2021_NAFARROA_NAVARRA.pdf.
- CUONZ, C. (2014). *Sprachliche Werturteile von Laien. Eine sozio-kognitive Analyse*. Tübingen: A. Francke.
- DAVISON, P. (2012). The Language of Internet Memes. En M. Mandiberg (Ed.) *The Social Media Reader* (pp. 120-134). New York: New York University Press. En línea en <https://2015-fall-cca.veryinteractive.net/site/content/6-library/20-the-language-of-internet-memes/davison-thelanguageofinternetmemes.pdf>.
- DAWKINS, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford: Oxford University Press.
- DOŁOWY-RYBIŃSKA, N.; HORNSBY, M. (2021). Attitudes and Ideologies in Language Revitalisation. En J. Olko y J. Sallabank (Eds.) *Revitalizing Endangered Languages. A practical guide* (p. 104-126). Cambridge: Cambridge University Press. En línea en <https://doi.org/10.1017/9781108641142.008>.
- DYNEL, M. (2016). 'I has seen image macros!' Advice animal memes as visual-verbal jokes. *International Journal of Communication*, 10, 660-688.
- FISHMAN, J. (1991). *Reversing language shift: Theoretical and empirical foundations of assistance to threatened languages*. Clevedon: Multilingual Matters.
- HOLM, C. H. (2021). What do you Meme? The sociolinguistic potential of Internet Memes. *Leviathan: Interdisciplinary Journal in English*, 7, 1-20. En línea en <https://doi.org/10.7146/lev.v0i7.125340>.
- IAMETZA (2022). *Memeka: euskarazko memeen bilingunea*. En línea en <https://iametza.eus/memeka-euskarazko-memeen-bilgunea-2/>.
- KNOW YOUR MEME. *Hide the Pain Harold*. En línea en <https://knowyourmeme.com/memes/hide-the-pain-harold>.
- KORNAI, A. (2013). Digital language death. *PLoS One* 8, 10, e77056. En línea en <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24167559>.
- LASARTE, G.; VIZARRA MORALES, M. T.; PERALES FERNÁNDEZ DE GAMBOA, A.; FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, V. (2020). Las mujeres bertsolaris, agentes en su incorporación a la escena pública. *Boletín de Literatura Oral*, 10, 249-264. En línea en <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/blo/article/view/5102/4995>.
- MCCULLOCH, G. (2019). *Because Internet: Understanding the New Rules of Language*. New York: Riverhead Books.
- NISSENBAUM, A.; SHIFMAN, L. (2018). Meme Templates as Expressive Repertoires in a Globalizing World: A Cross-Linguistic Study. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23, 294-310. En línea en <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy016>.

Müller, Sebastian: Memes como promotores del euskera en redes sociales. Un estudio de actitudes lingüísticas hacia ...

- O'ROURKE, B. (2022). Researching Language Attitudes in Multilingual Communities. En R. Kirchner y L. Zipp (Eds.) *Research methods in language attitudes* (pp.271-281). Cambridge, Cambridge University Press.
- OFFICE PUBLIC DE LA LANGUE BASQUE-EUSKARAREN ERAKUNDE PUBLIKOA (2023). *VII^{ème} Enquete Sociolinguistique. Résultats du Pays Basque Nord*. Bayonne-Baiona: OPLB – EEP. En línea en https://www.mintzaira.fr/fileadmin/documents/Aktualitateak/Prentsurrekoak/2023/2023_03_30/Synthese_des_resultats-fr.pdf.
- OSTERROTH, A. (2015). Das Internet-Meme als Sprache-Bild-Text. *Image*, 22, 26-46.
- SCHLAAK, C. (2014). *Das zweigeteilte Baskenland*. Berlin/Boston: De Gruyter.
- SHIFMAN, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- W3TECHS. *Usage statistics of content languages for websites*. En línea en https://w3techs.com/technologies/overview/content_language.
- WENZ, K. (2016). Internetphänomene - Verknüpfungen von Schrift und Bild im virtuellen Raum. En C. Baechler; E.M. Eckkammer; J. Müller-Lancé y V. Thaler (Eds.) *Medienlinguistik 3.0 – Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web* (pp. 193-210). Berlin: Frank & Timme.
- YUS, F. (2018). Identity-Related Issues in Meme Communication. *Internet Pragmatics*, 1, 113-133. En línea en https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/89247/1/2018_Francisco-Yus_InternetPragmatics_preprint.pdf.