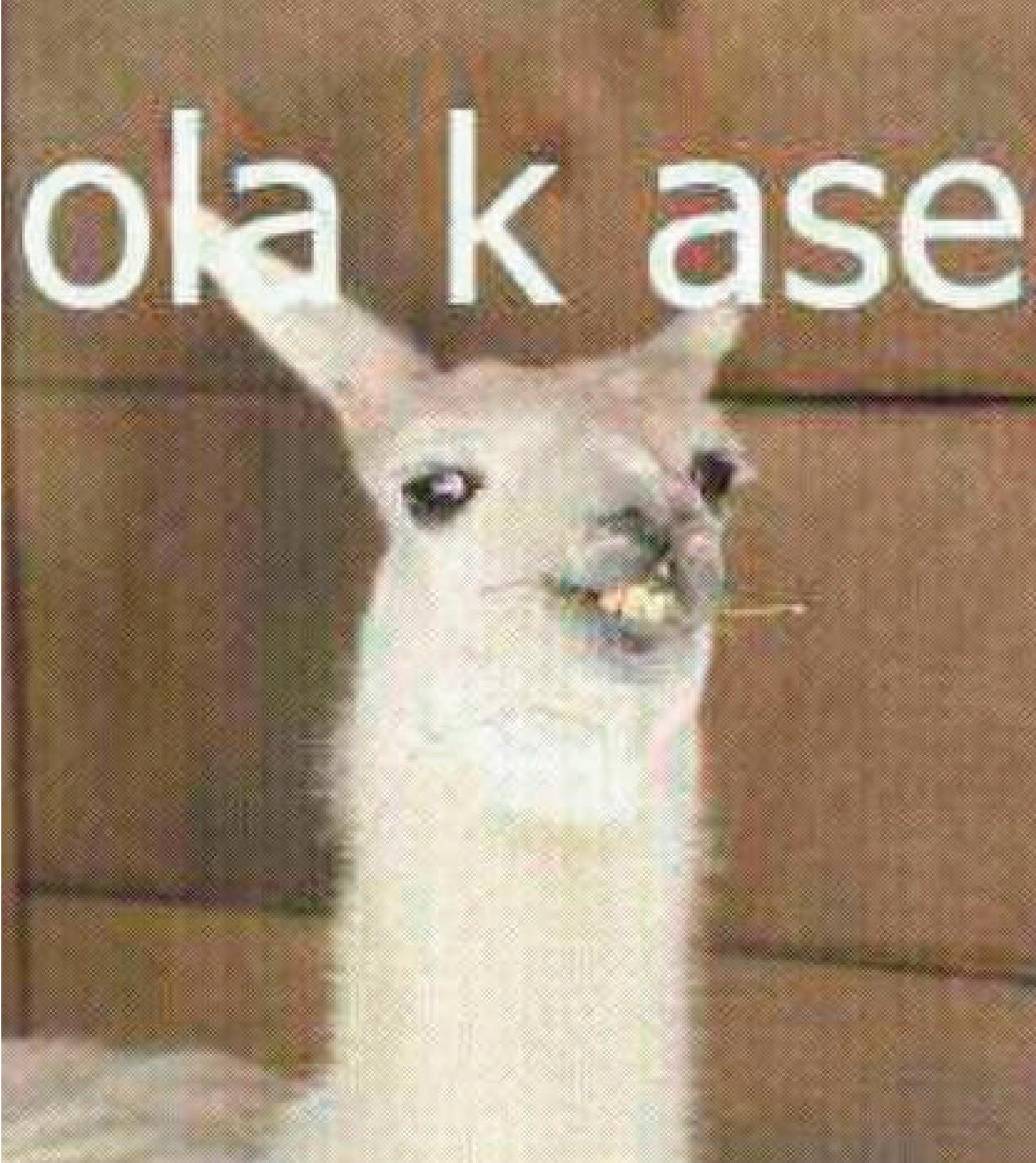
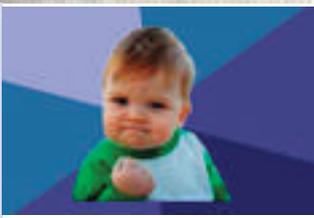




oka k ase



GAAAAAYYYY

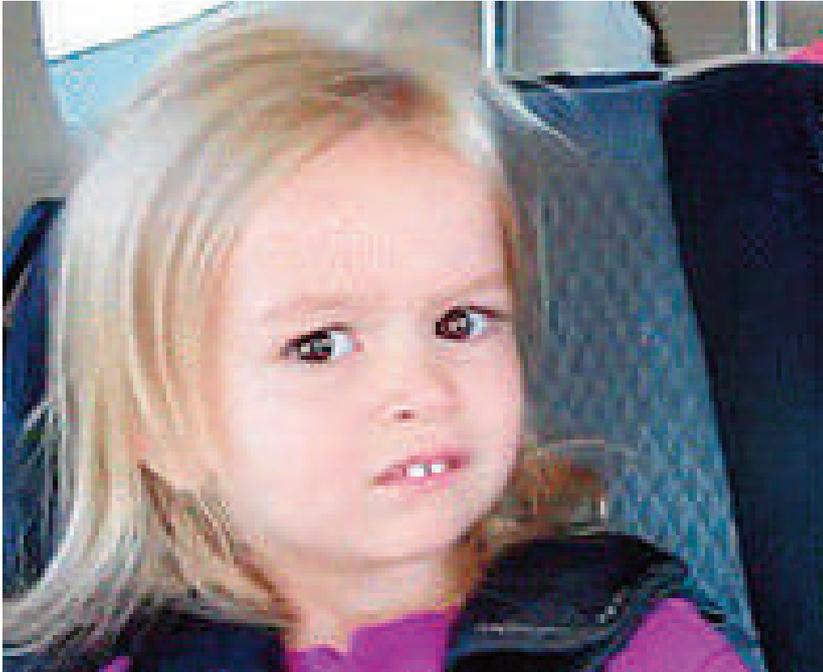




Resultados



Tras la recogida de datos a través de encuesta a la muestra de 133 personas, todas ellas alumnas del grado de Periodismo de la Facultad de Comunicación de Sevilla –los cuales se encuentran entre los 19 y 26 años-, se procede al análisis de los mismos; donde se afirmarán o refutarán los objetivos marcados para con esta investigación.

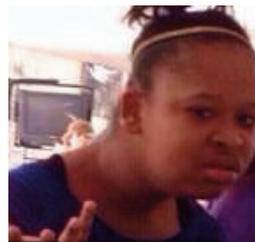


Side Eyeing Chloe, uno de los *memes* más populares de la red.

Sentido de pertenencia a una generación o al término *millennial*

Como premisa, debe conocerse el factor del desconocimiento previo por parte de una cantidad notoria del alumnado sobre el concepto *millennial*. Tras su debida aclaración y explicación, relacionando la infancia, adolescencia y ma-

durez de estas mismas personas con las nuevas tecnologías y su progresivo crecimiento desde su aparición; los encuestados pudieron responder a la pregunta de si se sentían parte de una generación o no, en concreto si se sentían parte de la también conocida como la generación indignada (Carles Feixa, 2013). Esto demuestra, de antemano, falta de información sobre el tema e incluso el



Confused Black Girl.

desinterés en los jóvenes a la hora de definirse o encasillarse en un espacio y tiempo específico, así como en una manera determinada de ver el mundo, de sentir, de saber qué expectativas se tienen, qué se quiere o desea, etc. Esta rebeldía prima-

ria o inconformismo también es una característica de este grupo de personas que, aunque quizá involuntariamente, se dejó ver en los primeros



Confused Nick Young.



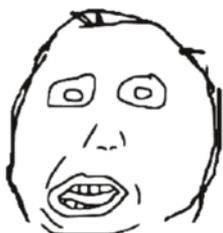
Batman Slapping Robin.

término *millennial* y todo lo que ello implica. Tan solo un 30% frente al otro 70% de los 133 encuestados declaraban no tener ese sentimiento de pertenencia. Más concretamente, un 23% alegó estar “bastante de acuerdo”, un 47% “de acuerdo”, un 26% “poco de acuerdo”, y tan solo un 4% se encontraba “muy en desacuerdo”.

pasos de la realización de la presente investigación. A pesar de ello, una vez realizada la pregunta, una aplastante mayoría respondió sentirse identificada con el



This is fine.



Harp Dap/Herp Dep.

Las redes sociales como plataforma ante las injusticias y su impacto



Pun Dog.

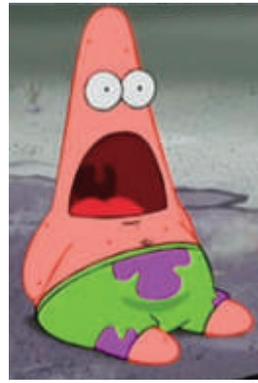
Ante la teoría de que hoy día las redes sociales e Internet son el mayor vehículo de comunicación existente, sobre todo para los jóvenes; se propuso obtener una aproximación sobre si estas tecnologías, además de utilizarse como fuente de información, también servían como arma contra situaciones de controversia, desigualdad o injusticia, y cuáles eran las plataformas cibernéticas o aplicaciones más utilizadas para ello. Ante un vacío apenas existente de personas que admiten no tener redes so-

ciales de ningún tipo, se alza una mayoría de un 64% –22% “bastante de acuerdo”, 41% “de acuerdo” – que sí usa o ha usado alguna vez estos medios para compartir o publicar algún hecho para protestar, quejarse o desahogarse acerca del mismo. Solo un 36% –27% “poco de acuerdo”, 10% “muy en desacuerdo” – se mantiene al margen de esta generalización y admite o no usar con frecuencia las redes sociales, o no convertirlas en una herramienta contra las injusticias. Ha de notificarse aquí

que la mayor queja de los estudiantes en este aspecto es contra el poder político, consecuencia clara de la crisis existente que ha marcado a la generación millennial y ha hecho que la indignación, el descontento y la falta de confianza crezca cada día más, dejando un panorama desolador y unas expectativas ante la



SpongeBob Square Pants.



Surprise Patrick.

vida futura y el trabajo muy bajas; y haciendo que empiecen a cobrar más importancia para los jóvenes otros factores, como la familia, los amigos, viajar, tener un trabajo que te guste aunque ganes menos, etc. Por otro lado, los datos confirman la hipótesis de que Facebook y Twitter son las redes sociales más usadas a la vez como escudo y como arma de guerra en estos casos. Además de ser instrumentos para la información y el entretenimiento, millones de publicaciones son compartidas y convertidas en fenómenos virales día tras día, consiguiendo llegar a un número masivo de personas en un tiempo mínimo; algo nunca antes visto. Un hecho impactante o injusto publicado en la red tiene un impacto mayor que si este fuera mostrado en un medio convencional porque,

además, es subido y compartido por la propia ciudadanía, la cual en ocasiones da la sensación de ser más cercana al público que los propios comunicadores. En esta revolucionaria era, donde la información viaja más rápida que un cometa, cualquiera con un teléfono móvil puede presenciar un acto y compartirlo en las redes sociales para que los demás



Shitposting.

lo conozcan y se hagan eco de él. La población se convierte en “los nuevos periodistas” y, en opinión de los encuestados, se crea opinión pública de esta forma con más facilidad. Un 40% de la muestra respondió que está “bastante de acuerdo” en la premisa de compartir asiduamente denuncias o injusticias de Internet. Esto, junto al 26% que señaló la casilla “de acuerdo” (frente al 20% que admitió estar “poco de acuerdo”, y el 14%

que se posicionó con un “muy en desacuerdo”); no hace más que corroborar la teoría de que la multiplicidad, interactividad e interconectividad de las nuevas tecnologías contribuyen a que los jóvenes se manifiesten, movilicen y formen parte del gran entramado social que es el ciberactivismo a través de las redes sociales.



Cat Breeding.

Facebook se alza como la plataforma más usada para este tipo de fines (49%), seguida muy de cerca por Twitter (47%). La diferencia entre ambas es apenas perceptible, pues son la cuna principal de protestas y ciberactivismo social. Solo un pequeño porcentaje (4%) declaró usar también otros medios como la red social Instagram o blogs personales (en servidores como Blogspot o Wordpress mayoritariamente), además de las dos ya mencionadas. Estos datos

no señalan un límite real entre el uso de Facebook como portador de críticas o protestas de índole social y el de Twitter para expresiones personales u opiniones, como se dijo previamente; sino que son dos formas de comunicar e informar que se complementan a sí mismas y son utilizadas por el alumnado de Periodismo prácticamente de la misma forma. Pese a este gran flujo de activismo y movimientos juveniles en las redes, se confirma que son pocas las veces en las que este sentimiento de descontento es utilizado como canal para lograr un cambio real en las calles, tales como el conocido



Cuteness Overload.

15-M que consiguió llegar masivamente a la población, la cual protestó sin descanso por una democracia real y participativa alejada del poder bipartidista del PSOE y del PP. Esta manifestación desembocó en una



Mind Blown.

acampada nocturna en la Puerta del Sol de Madrid y llegó a oídos de los altos mandos del poder, convirtiéndose en la noticia del momento y provocando la creación de nuevos partidos como el Partido X o Podemos, los cuales pudieron presentarse a las siguientes elecciones convocadas. Es decir, la unión del pueblo, convocado a través de Internet y otros medios, logró un cambio verídico. Al pedir que, en caso afirmativo de haber participado en algún movimiento social convocado a través de Internet – utilizado como altavoz social–, se especificara la manifestación a la que se acudió, los encuestados respondieron mencionando huelgas estudiantiles, manifestaciones por el Día Internacional de la Mujer (8 de marzo), por los refugiados o contra el autobús de Hazte Oír ante su circulación por la capital

hispalense, entre otras. Sin embargo, este es un sector poco visible (30%: 10% “bastante de acuerdo”, 20% “de acuerdo”), frente al 70% (29% “poco de acuerdo”, 41% “muy en desacuerdo”) que admite no haber participado nunca en ninguna movilización social para defender sus derechos o los de algún otro colectivo, y que haya sido impulsada a través de las redes sociales. Esto demuestra no un vacío informativo, sino que en ocasiones el compartir o publicar en Twitter o Facebook no es más que apariencia, una fachada que notifica el reconocimiento de una situación injusta, pero también la no acción por y para el cambio. La llamada generación millennial es reivindicativa y lucha por sus derechos, en teoría, pero en la práctica son pocos los jóvenes que dejan a un lado las pantallas de sus tablets, portátiles o teléfonos móviles y dan el salto de lo virtual a lo real. Pocos se echan a la calle para denunciar a viva voz lo que está pasando, pero siguen que-

riendo que el país e incluso el mundo mejore mientras se quejan a través de las redes sociales desde la comodidad de sus hogares. Nace aquí la controversia entre el dicho y el hecho, la paradoja de esta característica generación que parece exigir sin sacrificarse ni esforzarse en conseguir algo por sus propios medios; por unirse, movilizarse,



I did it for the lulz.

ir más allá... pero creyendo que la unión hace la fuerza. Entonces, ¿por qué no se lucha? ¿Es también esta generación indignada la generación “rendida”? ¿Es tal el inconformismo que se piensa que todo movimiento será en vano? Estos y muchos otros más interrogantes quedan para la reflexión.



Persian Cat Room Guardian.



Conceited Reaction.

Los memes y su papel en la sociedad

Como análisis previo a los interrogantes planteados, todos los estudiantes encuestados conocían a la perfección el término meme y parecían simpatizar con él en mayor o menor medida. Esto implica un conocimiento informativo de las redes sociales, a simple vista, de los movimientos realizados eventualmente en Twitter y de las cuentas en apariencia destina-

das al entretenimiento, existentes en Facebook; que albergan una cantidad ingente de este tipo de imágenes caricaturescas, las cuales se refieren tanto a situaciones de la vida cotidiana como las que tienen que ver con la situación del país; y que esconden, en teoría, una profunda crítica social. El valor que tienen los memes en la sociedad, según las respuestas del alumnado, se divide precisamente en estos dos ítems: el humor y la denuncia social, siendo un 63% del total los que lo creen así. El resto se decantó por una sola opción de estas dos mencionadas;

siendo el 30% partidario de considerarlos como algo cómico o burlesco y tan solo el 5% exclusivamente como crítica. Los futuros periodistas parecen establecer una división clara en este aspecto: existen memes cuya única función es la de hacer reír porque se refieren a hechos “inocentes” que conectan con el vivir y el sentir general de muchas personas en su vida diaria; y hay otros que nacen a raíz de un determinado hecho acaecido en el seno del propio país o en otras partes del mundo en forma rápida de respuesta masiva en las redes



I Swear On Me Mum.

sociales, y que sí cobijan en su interior una fuerte denuncia y el grito ahogado de un necesario cambio. El porcentaje que afirma que el papel desarrollado por estas imágenes es mero reflejo del humor es, en su amplia mayoría, el que en las cuestiones posteriores destacó que el boom de los memes es un reflejo de “la poca seriedad del país ante situaciones relevantes” y el que no cree que

sirvan para impulsar el ciberactivismo en su conversión hacia un activismo real que propulse un cambio verdadero en la democracia y en la ciudadanía. Al preguntarle a la muestra si se sentía identificada con la generación millennial, la respuesta mayoritaria fue afirmativa; sin embargo, el sentido de pertenencia hacia los memes no parece estar tan claro. Un 53% afirmaba no asociarse con ellos, frente a un 47% que declaraba sí hacerlo. Más específicamente, un 15% estaba “bastante de acuerdo” junto a un 32% que opina estar “de acuerdo”; junto a un 32% que se encuentra “poco de acuerdo”, y un 21% que está “muy en desacuerdo”. Como se puede observar, estas diferencias apenas son significativas, ya que prácticamente el número de personas que se identifica con estas imágenes y las que no son iguales, ganando las que no tienen ese apego por muy poco. Los jóvenes, por tanto, saben qué es un meme, lo ven a menudo e incluso lo comparten, pero los límites entre el



Can You Please Photoshop The Sun Between My Fingers?

mero humor y la relación estrecha con el día a día de cada uno no están del todo definidos. Quizá la respuesta negativa de los encuestados se enfoca más hacia el hecho de compartir el meme que a su identificación personal en sí, pues entre los estudiantes de Periodismo había un pequeño número que afirmaba no poseer redes sociales o no tener esa tendencia a publicar este tipo de caricaturas, lo que seguiría demostrando el conocimiento de estos cuando se les plantea un interrogante sobre los memes (ya que nadie dio señales de no saber qué eran ni por qué están en Internet a la orden del día). Hay que subrayar aquí que en todo momento los jóvenes asocian el concepto de meme con el que ha adquirido desde la aparición del "Rage Guy" en 1998, y no con el que acuñó Richard Dawkins en su obra *El gen egoísta* (1976). Que los medios tradicionales han tenido que adaptarse a Internet es un hecho. Cada informativo, serie o programa de televisión

de cualquier tipo suele tener cabida en las redes sociales, convirtiéndolas en un foro de opinión para comentar instantáneamente lo que está sucediendo y fomentar la conectividad; creando un colectivo que interactúa y se relaciona entre sí en el mismo marco contextual. En este aspecto, Twitter suele ser la plataforma más usada para el intercambio de mensajes en tiempo real sobre un tema



Baby Godfather.

en concreto. Es muy común que se inicie en esta red social una discusión de tono humorístico o de cualquier otra índole a la vez que se emite en televisión, por ejemplo, un programa de entretenimiento o un debate político; y que, a su vez, comiencen a publicarse cientos de memes que, al poco tiempo y en ocasiones, se comparten a tal velocidad que alcanzan el viralismo, en una especie de broma privada que acaba llegando a millones de personas.

Pese a las hipótesis que planteaban el uso de la muestra encuestada en este tipo de situaciones y en concreto con la plataforma Twitter, tan solo un 38% parece ser activo en esta red social observando un debate político/evento social/programa de televisión (20% "bastante de acuerdo", 19% "de acuerdo"); frente a un 62% que lo niega rotundamente (35% "poco de acuerdo", 26% "muy en desacuerdo"). En cuanto a participación se refiere, la diferencia es apenas perceptible, siendo un 28% activo (9% "bastante de acuerdo", 19% "de acuerdo"), compartiendo y publicando memes, y un 72% inactivo (35% "poco de acuerdo", 37% "muy en desacuerdo"). Los estudiantes navegan en las redes sociales pero su participación, en ocasiones, brilla por su ausencia. No hay que olvidar que, pese al gran número de personas que no comparten memes en Twitter en ese tipo de situaciones, hay un pequeño porcentaje que es significativo y que demuestra que esta

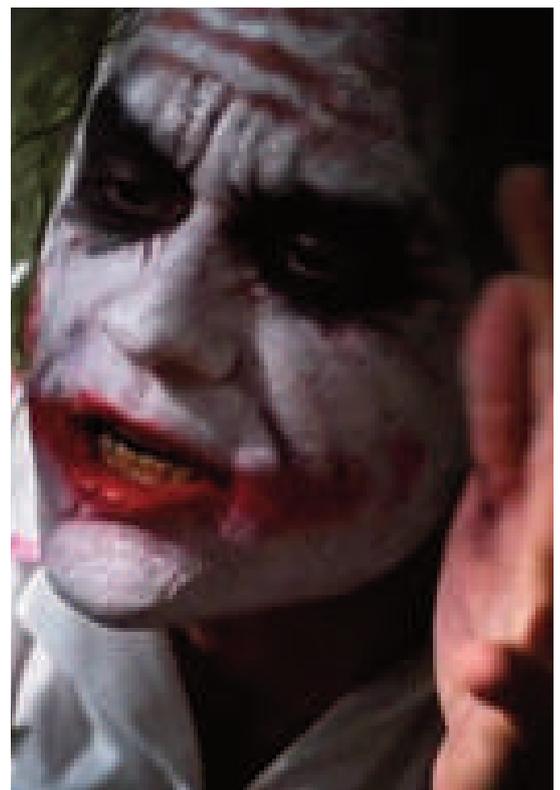
plataforma sigue viva y permanentemente activa para ser usada como recipiente de quejas, opiniones, protestas y risas. Esta aparente falta de interactividad puede deberse a factores como el interés por la cobertura informativa "seria" de esta plataforma, la creencia de que los memes son solo humorísticos o la falta de asociación con los mismos que desencadena procesos en los que este tipo de imágenes son vistas y a veces hasta compartidas, aunque no en el momento de su creación y en su correspondiente contexto. Un ejemplo de ello es que

muchas personas participaron activamente en la creación de memes como movilización o protesta contra el autobús transfóbico de "Hazte Oír" que



OMG Cat.

circuló durante los pasados meses de invierno del presente año por España; y otras solo advirtieron su presencia una vez que estos se hicieron virales y llegaron a todos los recovecos de Internet (a modo de recopilación), así como a los medios de comunicación.



Everyone Loses Their Minds.

El propósito de los *memes*

-Oye, periodismo... Pero no me alcanza el sueldo.

-¿Acaso yo te pedí que me escogieras como profesión?



Ante el interrogante de cuál es el objetivo que tienen los memes, las respuestas más reiteradas entre los encuestados fueron:

- Crear conflicto, lograr un impacto para hacerse notar y exigir un cambio.
- “Quitarle hierro al asunto” o, lo que es lo mismo, manejar información que podría ser catalogada como dañina o delicada para quitarle seriedad a una situación

de envergadura para poder así comunicar mejor o relajar a todos aquellos preocupados por este hecho.

- Criticar, plasmar las realidades que quizás los medios tradicionales no se atreven a contar, a partir de la pluralidad de opiniones; dando voz a todos aquellos que quieran alzarla. Es una forma de protesta y desahogo o evasión en la red, considerada el nuevo mundo del

debate y la libertad de expresión; y que tiene como base el descontento social ante una situación corrupta o injusta. “Las situaciones conflictivas agudizan el ingenio”; “el español es un experto en reírse de sí mismo”.

- Provocar las risas, convertir algo en viral, generar tráfico en la web; ya que “lo que nos hace reír siempre cala más hondo”. Crear un esperpento de un personaje.

- Informar, conectar con el ciudadano de a pie sobre qué es lo que pasa en el mundo o en su país. Concienciar de una forma más visual, difundir ideas e invitar a la reflexión.
- Es una forma divertida de denunciar, de luchar contra el poder y, sobretodo, de luchar contra el malestar general existente hacia la política y quienes forman parte de esta. De esta forma, más

¿Acaso yo...?

amenazada, se comprende mejor la magnitud de un problema. “La sátira es un arma contra la política”.

- Crear un vínculo entre el público y lo cibernético. Así, se establecen relaciones entre lo virtual y lo real, y se apoya el ciberactivismo y, con él, la movilización social. Se considera al humor como un tipo de mediador entre el problema y la necesaria solución.

Los *memes* más populares entre los meses de enero-marzo

Por otro lado, entre los memes más publicados y compartidos durante el tiempo de estudio, comprendido entre los meses de enero, febrero y marzo;

los más populares, el meme de Meryl Streep vociferando en la gala de los Oscar, el de Beyoncé con su particular atuendo en los Grammy de este año 2017, la fotografía de Donald Trump sosteniendo una orden ejecutiva y el “Salt Bae” (un



RT @MerylMemes: Meryl Streep: mamma mia me: HERE I GO AGAIN

Meryl Streep Singing.

No llegas borracho a tu casa si no llegas.



NO PUEDES SER EL MAS FEOD DE TUS AMIGOS, SI NO TIENES AMIGOS

no llegas tarde a clase si no vas



“Negro pensante” o Roll Safe.

destaca el del “negro pensante” (Roll Safe). Esta imagen, que alberga una diversidad de textos divertidos con varios chistes ha sido, sin lugar a dudas, la más reconocida por los alumnos de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Le sigue, entre

chef turco convertido en viral por su particular manera de echarle sal a sus platos).



Trump.

When you drunkenly scroll Instagram



Salt Bae.

Continúan la lista, aunque de forma menos significativa, la imagen de la rana Gustavo y su “lado oscuro”, el viral “How italians do things” y sus miles de variantes, la cara de Michelle Obama dando la bienvenida a Donald y Melania Trump a la casa blanca mientras acepta el regalo de estos y, por último, el “Trash Dove” o la paloma morada que inundó Facebook en pocos días. Me: I'm on a diet



How to arrest an italian



How italians do things.



Michelle Obama's Face.

Inner me: You fat anyway just eat it



Evil Kermit.

-Mucho cuidado, Acuario. Ahora vamos contigo Piscis....

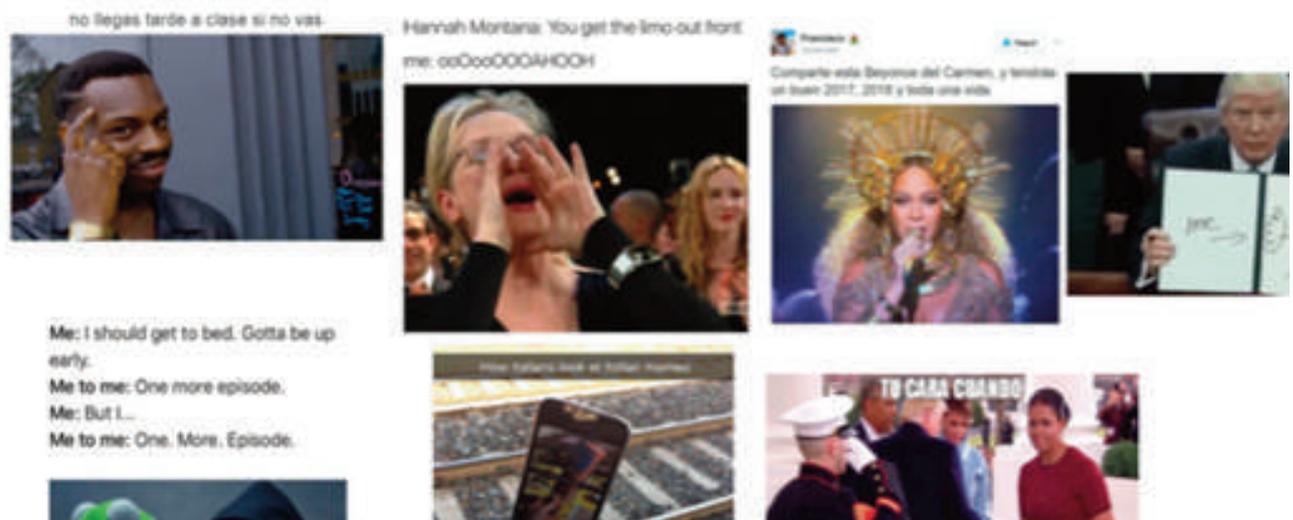


Beyoncé At The Grammys.



Trash Dove.

La clasificación queda de la siguiente manera:



Elaboración propia.

A pesar de los datos estadísticos recogidos y analizados en esta investigación, y el posicionamiento más a favor o en contra de los memes y su papel en el mundo de la comunicación, todos los alumnos encuestados respondieron a esta última pregunta y admitieron reconocer al menos dos imágenes de las aquí presentadas. Esto confirma el impacto de este tipo de información, así como su viralidad y el alcance obtenido. El ser humano es un ser social con una necesidad acuciante de estar informado y de compartir sus vivencias y opiniones, tanto a nivel global como local y regional, lo que explica este conocimiento de los memes no solo a nivel visual, sino también en cuanto a significación se refiere.

Conclusiones

El amplio alcance de Internet está a la orden del día. Las redes sociales se han convertido en las plataformas más usadas por miles de jóvenes españoles para construir una vida virtual en función de la real. Fotografías, amigos, familiares, hobbies, formas de expresión, malestares y reivindicaciones son compartidos y publicados a cualquier hora del día, creando una nueva forma de comunicar muy distinta a la vigente hace treinta años. Twitter y Facebook se alzan como las protagonistas globales para dar cabida a estas situaciones, que son otra forma más de libertad de expresión. Su alta probabilidad de viralización, interconectividad, multipantallismo,

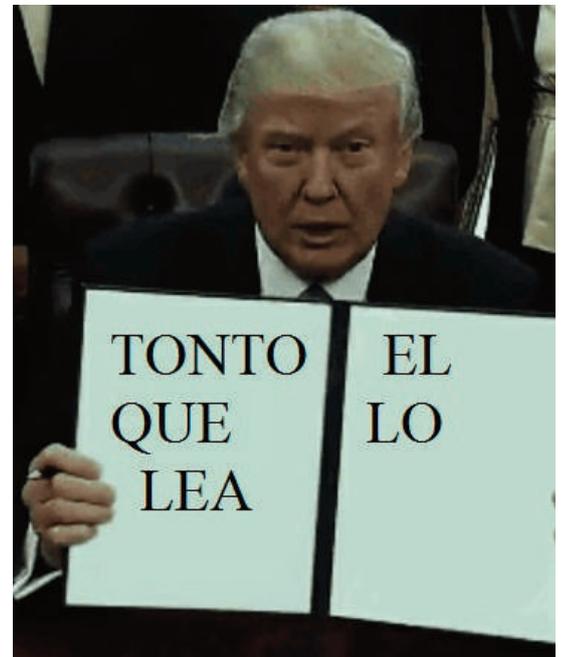
inmediatez e interactividad las convierten en la mejor opción para llegar a un mayor público posible e incitar a la unión de masas. A raíz del análisis de los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los alumnos de Periodismo de la Universidad de Sevilla, este trabajo demuestra que el conocimiento y manejo de las nuevas tecnologías por los jóvenes millenials en España es tangible. El sentimiento de descontento por la situación política del país también lo es, así como la exigencia, más que el deseo, de prosperidad. Las redes sociales no solo sirven como fuente de información, sino también de manifestación y protesta. Hay una existencia

notoria de ciberactivismo, pero la realidad es que un bajo número de los jóvenes que comparten y publican denuncias frecuentemente en Internet hacen algo para combatir esas desigualdades; así como los que deciden sumarse a manifestaciones convocadas a través de Internet. El malestar general en esta generación crece, y es crítica para con la sociedad como con ella misma. El inconformismo choca con la demanda de activismo real, es decir, los millennials cada vez son más exigentes pero parecen haberse resignado. Sin embargo, la generación de los sueños rotos sigue manteniendo la esperanza y admite creer que el ciberactivismo sí da paso a una metamorfosis social.

En una sociedad que da la sensación de haberse quedado atrapada dentro de sí misma, en un callejón sin salida; los jóvenes del milenio canalizan su rabia a través de los memes. A pesar de haber una acuciante cantidad que no simpatiza del todo con ellos ni es activa en cuanto a publicar y compartirlos, su alcance no puede ser negado. Son virales y reconocidos por prácticamente todas las personas encuestadas, que declaran pensar, frente a los que no se los toman en serio; que su más abismal objetivo es la denuncia social, a pesar de su apariencia cómica, y que pueden llegar más lejos social, política, cultural, educativa y económicamente hablando, de lo que aparentan.

Memes de elaboración propia

Si no lo veo no es ilegal



AVE MARIA



Teletubbies...
Teletubbieeeeeeeeees!!!

**Yo: CUANDO SERÁS
MIAAAAAAAA**

Quando te regalan algo que no te gusta y tienes que disimular

Como beben agua los italianos



Quando no has estudiado para el examen pero necesitas aprobar



La chica que te gusta

Tú

Yo: Ahora de verdad, paso de él

También yo: escríbele otra vez para que vuelva a dejarte en leído



I Did It



For The Lulz