

Análisis de contenido de tres páginas universitarias para la categorización de memes publicados durante el periodo de movilizaciones nacionales, noviembre 2019 - enero 2020

Arlen Camila Juli Mendoza

Esneider Yesid Ruiz Rengifo

Universidad del Cauca

Departamento de Comunicación Social

Trabajo de grado para optar el título de Comunicador Social

Dirigido por Mg. Piedad Ruiz Echeverry

Popayán, Colombia

Diciembre de 2022

Tabla de Contenido

I.	Introducción	7
II.	Análisis	18
	1. Capítulo I. Categoría: Vida Fuera de la Universidad.....	18
	1.1 Temas	19
	1.2 Tonos.....	25
	1.3 Personajes	28
	1.4 Interacciones	29
	2. Capítulo II. Categoría: Paro Estudiantil.....	32
	2.1 Temas	36
	2.2 Tonos.....	37
	2.3 Personajes	38
	2.4 Interacciones	42
	3. Capítulo 3. Categoría: Relaciones Interuniversitarias	48
	3.1 Temas	48
	3.2 Tonos.....	50
	3.3 Personajes	52
	3.4 Interacciones	55
	4. Capítulo IV. Categoría: Noticias o Promoción.....	57
	4.1 Temas	59
	4.2 Tonos.....	60
	4.3 Personajes	65
	4.4 Interacciones	68
	5. Capítulo V. Categoría: Gobierno Nacional e Internacional.....	69
	5.1 Temas	71
	5.2 Tonos.....	75
	5.3 Personajes	78
	5.4 Interacciones	80
	6. Capítulo VI. Características de las Tres Páginas Universitarias de Memes de Facebook.....	82
	6.1 Temas	82
	6.2 Personajes	83
	6.3 Tonos.....	85
	6.4 Formatos	86
	6.5 Contenido relacionado con el paro	88
	6.6 Fuentes	89
III.	Conclusiones	94
	Referencias.....	101

Tabla de Gráficos, Tablas e Imágenes

Gráficos

Gráfico 1 Agendas personales	11
Gráfico 2 Categoría del corpus	17
Gráfico 3 Temas de los memes de la categoría vida fuera de la universidad	25
Gráfico 4 Tonos de los memes de la categoría vida fuera de la universidad.....	28
Gráfico 5 Personajes de los memes en la categoría vida fuera de la universidad.....	29
Gráfico 6 Relación del contenido publicado con el paro estudiantil	36
Gráfico 7 Temas de los memes en la categoría paro estudiantil.....	37
Gráfico 8 Tonos de los memes en la categoría paro estudiantil	38
Gráfico 9 Personajes de los memes en la categoría paro estudiantil	39
Gráfico 10 Relación de la página universitaria con el paro estudiantil	46
Gráfico 11 Distribución de temas, categoría relaciones interuniversitarias	49
Gráfico 12 Distribución de personajes, categoría relaciones interuniversitarias	54
Gráfico 13 Distribución de los temas, categoría noticias o promoción	60
Gráfico 14 Distribución de personajes, categoría noticias o promoción	66
Gráfico 15 Distribución de temas, categoría gobierno nacional.....	72
Gráfico 16 Tonos de la categoría gobierno nacional y política internacional	77
Gráfico 17 Distribución de personajes, gobierno nacional	78
Gráfico 18 Temas de los contenidos.....	83
Gráfico 19 Personajes de la página Memes UdeA.....	84
Gráfico 20 Personajes de la página Memes U.Nacional.....	84
Gráfico 21 Personajes de la página Memes Unicauca	85
Gráfico 22 Tono del contenido	86
Gráfico 23 Formato del contenido publicado	87

Gráfico 24 Formato de contenido por página universitaria	88
Gráfico 25 Relación de la página universitaria con el paro	89
Gráfico 26 Fuentes de los contenidos de las publicaciones de las tres páginas universitarias	90
Gráfico 27 Fuentes de la página Memes UdeA	92
Gráfico 28 Fuentes de la página Memes U.Nacional	92
Gráfico 29 Fuentes de la página Memes Unicauca.....	93

Tablas

Tabla 1 Temas de los memes	17
----------------------------------	----

Imágenes

Imagen 1.....	20
Imagen 2.....	20
Imagen 3.....	21
Imagen 4.....	22
Imagen 5.....	23
Imagen 6.....	23
Imagen 7.....	25
Imagen 8.....	26
Imagen 9.....	26
Imagen 10.....	29
Imagen 11.....	30
Imagen 12.....	31
Imagen 13.....	35
Imagen 14.....	35
Imagen 15.....	35

Imagen 16.....	35
Imagen 17.....	40
Imagen 18.....	41
Imagen 19.....	41
Imagen 20.....	42
Imagen 21.....	42
Imagen 22.....	43
Imagen 23.....	43
Imagen 24.....	44
Imagen 25.....	44
Imagen 26.....	50
Imagen 27.....	50
Imagen 28.....	51
Imagen 29.....	52
Imagen 30.....	53
Imagen 31.....	53
Imagen 32.....	55
Imagen 33.....	56
Imagen 34.....	56
Imagen 35.....	58
Imagen 36.....	58
Imagen 37.....	61
Imagen 38.....	61
Imagen 39.....	62
Imagen 40.....	63

Imagen 41.....	63
Imagen 42.....	64
Imagen 43.....	64
Imagen 44.....	64
Imagen 45.....	65
Imagen 46.....	67
Imagen 47.....	68
Imagen 48.....	68
Imagen 49.....	69
Imagen 50.....	72
Imagen 51.....	73
Imagen 52.....	74
Imagen 53.....	75
Imagen 54.....	76
Imagen 55.....	76
Imagen 56.....	79
Imagen 57.....	80
Imagen 58.....	80
Imagen 59.....	81
Imagen 60.....	81

Introducción

Las nuevas generaciones, han hecho del acceso a redes sociales una necesidad. Un estudio hecho por We Are Social (2019) en la plataforma web Hootsuite dice que, Facebook es la red social más visitada en el mundo con más de 2.271 millones de usuarios. En el caso de Colombia, existen 35,50 millones de personas con acceso a internet según Statista (2022). “Los colombianos invierten nueve horas diarias en internet, lo que representa el 38% del tiempo de una persona y de esas nueve horas, pasan tres y media en plataformas y redes sociales” (Finanzas Personales. 2020).

Este informe recoge el análisis, la descripción de la metodología empleada, los datos de los hallazgos identificados de la investigación monográfica que busca categorizar el contenido de tres páginas universitarias de memes de Facebook en el contexto del paro nacional del 2019 y sus ecos hasta enero del 2020, con el fin de conocer cuáles fueron dichas categorías, analizar el contenido y saber cuáles son los formatos que usaron estas comunidades universitarias para expresar y comunicar sus ideas frente al paro en particular, y otros eventos en general. Además, se ha observado que este tipo de comunidades virtuales en Facebook tienen una considerable cantidad de seguidores, estas páginas publican diferentes tipos de contenido y memes; estos últimos transmiten emociones y escenarios con los que un gran número de personas pueda sentirse identificado. Estos memes durante los últimos años han ganado aprecio e importancia en las redes sociales y en el día a día de las personas, tanto así que han sido tomados para hacer marketing.

Por ello, el trabajo de grado cuyos resultados aquí se presentan, se enfoca en el meme como objeto comunicativo de estudio. Las páginas universitarias que se analizaron fueron: la página de memes UdeA (<https://www.facebook.com/UdeAMemes>), la página de memes U.Nacional (<https://www.facebook.com/memesu.nacional>) y la página de memes Unicauca

(<https://www.facebook.com/Tiomemesu>). Como criterio de elección se consideró el hecho que el contenido fuera publicado por universidades públicas (Universidad Nacional, Universidad de Antioquia y Universidad del Cauca), además que las publicaciones fueran hechas entre noviembre del 2019 y enero del 2020, donde los estudiantes pedían una educación gratuita y de calidad por lo que se pretendió analizar cómo era el contenido publicado antes, durante y después del estallido social en las tres páginas, para que se tuviera mayor cobertura territorial. Así, las preguntas que orientaron la investigación, fueron: ¿Cómo es el contenido referente al paro estudiantil que publicaron las tres páginas universitarias de memes?, ¿Qué tipo de contenido acerca de la vida cotidiana publican?, a partir de su contenido, ¿Qué sesgos políticos se pueden identificar?

En relación con el estallido estudiantil del 21 de noviembre (21N) y con ello el inicio del paro, sirvió de foco para la revisión de un periodo de publicación de memes en las páginas originadas en tres universidades públicas, vale la pena detallar algunos elementos. En el paro de 2019, inicialmente los estudiantes, a los cuales posteriormente se sumaron profesores y trabajadores universitarios solicitaban más presupuesto para la educación superior, ya que si bien se les habían asignado a las universidades públicas para el 2020 44,1 billones de pesos, el más alto presupuesto de la historia en Colombia según el gobierno (Ministerio de educación Colombia, 2019), entre los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), se encuentra entre los más bajos (BBC, 2019). Lo anterior se ve reflejado en que, en Colombia, “solo un 9% de los estudiantes de las familias más pobres pueden ir a la universidad, frente a un 53% de los estudiantes de las familias más ricas” (BBC, 2019).

Otros de los motivos del paro de noviembre de 2019 fue el denominado *paquetazo* de Duque, paquete de medidas entre las cuales se encontraba la reforma laboral, la cual planeaba reducir

el salario para los jóvenes, recibiendo estos un 75% del mínimo, así como promover la contratación por horas; de igual modo estaba la propuesta de reforma pensional que pretendía privatizar a Colpensiones, la reforma tributaria que pretendía bajar impuestos a las grandes empresas y subirlos a la clase media y trabajadora, y , el deslegitimar y criminalizar la protesta social (Agencia de la información laboral, 2019).

Durante el paro, uno de los acontecimientos que más destacó fue el del 21 de noviembre de 2019 por la muerte del estudiante de bachillerato del colegio Ricaurte IED, Dilan Cruz a causa de un disparo que hizo un agente del ESMAD; esto ocurrió mientras Dilan Cruz se encontraba en el centro de Bogotá en medio de las protestas y su muerte se convirtió en símbolo de las manifestaciones. El paro se extendió por tres meses, hasta el 21 de febrero del 2020.

Por todo lo dicho, la pregunta central de la formulación del problema partiendo de la importancia de las comunidades digitales, del meme como dispositivo gráfico y de la gran acogida que han tenido las páginas de memes universitarios en Colombia, fue: ¿Cuáles análisis y cuáles categorías se pueden derivar de los contenidos de los memes publicados en el periodo de movilización y protesta social de noviembre de 2019 a enero de 2020, en tres páginas universitarias de memes en Facebook?, para ello, el trabajo de investigación se enfocó en el análisis de una muestra representativa de 281 publicaciones escogidas de forma aleatoria entre un universo de 1.045 publicaciones, las cuales se enumeraron previamente. El muestreo se hizo a través de tablas de números aleatorios de Excel, las cuales proporcionan números al azar para garantizar una muestra probabilística.

En torno al enfoque, el análisis de los resultados, requirió profundizar en conceptos y teorías relacionados con el tema, los cuales definen la perspectiva desde la cual se observaron los hallazgos. En primer lugar, el concepto de etnografía virtual, que según Christina Hine (2004) plantea que:

En la vida offline el trabajo de un etnógrafo es trasladarse a un territorio durante un periodo determinado, donde hay un grupo social. A partir de la observación, las entrevistas, la toma de fotos y la participación, describe la cultura de aquel grupo social (p, 30).

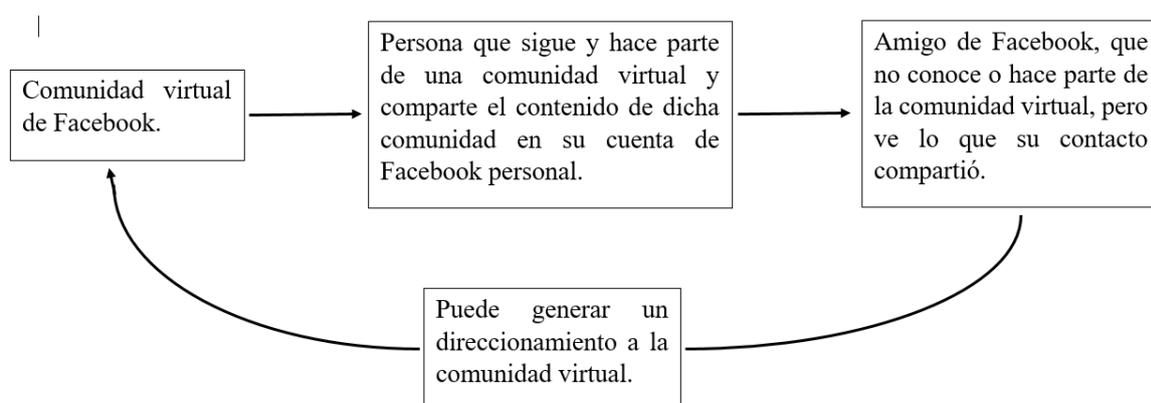
Y si pasamos a la vida en línea, a través de las redes sociales se generan comunidades virtuales o grupos sociales que establecen vínculos (de odio, de amistad, de inclusión, de exclusión de posición frente a algo), por ello se puede decir que las funciones humanas están mediadas por las tecnologías, donde se pasaría a hablar de la digitalización de la vida cotidiana y de una construcción de identidades digitales. Además, entre los métodos, técnicas y herramientas que plantea Christina Hine se tomó la observación no participativa, la cual consistió en dirigirse a las tres páginas de memes universitarias de Facebook y mirar cuántos seguidores tenían, cuántas publicaciones hacían al día y a la semana, cuánta interacción tenía el público con las publicaciones, nosotros como investigadores no reaccionamos, creamos o publicamos en dichas páginas. La autora también dice que una de las formas de recolectar información en la etnografía virtual es haciendo uso de las tecnologías como las videollamadas, las videoconferencias, los correos electrónicos, preguntas por grupos en internet, transcripciones de audio. Entre estas formas de recolección de información se usó el correo electrónico para tratar de contactar con los administradores de las páginas, con el objetivo de conocer sus criterios de creación y selección de los contenidos.

Otro concepto que se decidió tener en cuenta fue el de la agenda setting, la cual plantea que dependiendo de la acción de los medios de comunicación el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios. Según dicha teoría la gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que

los medios incluyen o excluyen de su propio contenido (Shaw, 1977). Partiendo de lo anterior, los medios masivos de comunicación seleccionan los temas que se van a transmitir, entonces relacionando la agenda setting con las redes sociales en especial con Facebook, tiene una similitud en cómo estas comunidades virtuales con el contenido que publican y comparten en sus perfiles, terminan determinando cuales son los temas del día para opinar y son seleccionados por quienes administran las páginas, en este caso los administradores de memes UdeA, memes U.Nacional y memes Unicauca.

Por otro lado, podemos decir que la diferencia entre la agenda setting de los medios de comunicación masivos y la de Facebook es que, las personas en esta red social al hacer uso de la opción de compartir algo de dichas comunidades virtuales a sus perfiles personales, empiezan a crear una agenda personal de contenidos y temas que pasan a sus círculos de amigos de Facebook que no tenga conocimiento de lo que publican, con lo que les dice indirectamente que eso que acaba de compartir les parece importante o les gustó y que si quieren pueden verlo, reaccionar, comentar y compartirlo también. De la misma manera puede generar un direccionamiento a la comunidad virtual (ver gráfico 1).

Gráfico 1.
Agendas personales



Fuente: producción propia.

En el desarrollo del trabajo se observó si los contenidos que hay en estas tres páginas de memes de Facebook son independientes de la programación de los medios tradicionales o no; también, a partir de las reacciones de las publicaciones, se revisó la influencia que los contenidos tienen en los receptores en su aceptación, rechazo y cómo favorece o no la difusión.

La elaboración de agendas está en la base de la sociología política y es especialmente intensa en las etapas electorales, en las que los políticos, a través de los medios, buscan mantener el interés y el pulso de opinión en torno a los temas que son objeto de su programa (McCombs, 1985).

Esta última definición se tiene en cuenta debido a que la observación que se hizo de los contenidos publicados en las páginas seleccionadas para la investigación, hacen referencia a temas que involucran las acciones y decisiones del presidente Duque, el expresidente y senador Álvaro Uribe y otros funcionarios que desarrollaban cargos políticos colombianos en el momento de la observación.

Analizamos de qué manera los memes se pueden construir como un instrumento político o si por el contrario terminan absorbidos por la industria cultural, que es una crítica por afianzar el monopolio cultural, basado en el sistema capitalista, de producción en masa de bienes culturales, y el cual es difundido a través de los medios masivos, pretendiendo mantener el statu quo (Adorno y Horkheimer. 1947).

El objeto de estudio de este proyecto de investigación son los memes, caracterizándose por su capacidad de hacerse virales, pero existen varios elementos de los que depende su difusión, es por ello que Rodríguez (2013) explica que los memes no necesariamente deben ser populares, porque existen variables que pueden afectar su periodo de vida y difusión, como el sentido del humor. Para que el fenómeno de los memes en internet sea posible, Arango (2015) expone que la digitalización de la información y la interactividad de los nuevos medios facilitan

la construcción y difusión de los memes en las redes sociales, los cuales son contenidos que se irradian y resignifican constantemente, y cuyo proceso creador moviliza habilidades, conocimientos y actitudes específicas. Así mismo, Castagno (2013) explica que los memes se han convertido en un fenómeno masivo y podemos encontrarlos en cada pantalla que miremos; aparentemente parecen simples gráficos con contenido gracioso que están en las redes sociales, pero representan una forma de expresión que se está usando por los jóvenes actualmente.

Una característica distintiva de los memes es la carga humorística que poseen generando risa en quien los consume. Al hablar de humor, es pertinente señalar que para Burque, Gurevich y Le Goff (1999):

“La risa es un fenómeno cultural. Dependiendo de la sociedad y del período histórico, las actitudes hacia la risa, las formas en que se manifiesta y sus objetivos cambian. La risa también es un fenómeno social; requiere al menos de dos o tres personas, reales o imaginarias.” (p. 55).

Según Davison, (como fue citado en Huertas, 2014)

Los memes de Internet son ideas y conceptos. Los define como una pieza de cultura, típicamente una broma, que gana influencia a través de la transmisión por la red. Los memes de Internet pueden ser separados en tres componentes: manifestación, comportamiento e ideal; por lo cual la manifestación de un meme es un fenómeno externo observable, es el objeto creado por el meme (p. 3).

Una de las características de los memes es su capacidad de difundir un mensaje con rapidez a varios individuos, ya que “cumplen la función de viralizar un mensaje de manera más efectiva que antes, porque nos plantea su vital característica: el tiempo” (Muñoz, 2014, p.15). Es

decir, los memes pueden difundir una idea o tema con rapidez, de igual manera tiene poco tiempo para viralizarse antes que se olviden.

Para determinar lo que es un meme y lo que no, se tiene en cuenta la carga humorística que se expresa a través de diferentes tonos, por ejemplo: ironía, estigma, informativo, reclamo, exigencia, sarcasmo, crítica y burla. También, debe contar con recursos gráficos en cuanto a la imagen y texto que adapta contextos de películas, series, programas o personajes a otro contexto completamente nuevo, siendo una producción simple, que no requiere de establecer una tipografía especial o un montaje elaborado. Por otro lado, los memes los encontramos en diferentes formatos como texto, imagen y video. Todos estos constituyeron también criterios de análisis.

En la difusión de contenido, específicamente de memes, los receptores juegan un papel indispensable. “La convergencia representa un cambio cultural, ya que anima a los consumidores a buscar nueva información y a establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos” (Jenkins, 2008, p. 15). La convergencia mediática permite consumir, pero a la vez producir contenido dando origen al término de prosumidor, en el caso de los memes se toma un objeto “a” que al juntarlo con “b” da como resultado un “c”, es decir se resignifica al cambiarlos de contexto y agruparlos. Cloutier (1973) propone un modelo comunicativo en el que todos los participantes tienen la posibilidad de ser emisores. Su teoría se apoya en el concepto de émeréc (término conocido en español como emirec), según el cual los interlocutores mantienen relaciones entre iguales y donde todos los sujetos de la comunicación son, a la vez, emisores y receptores. Desde 1985, en su libro *El Comunicador Popular* Kaplún adopta la perspectiva Emirec para aplicarla en el ámbito de la educación, haciendo uso de la comunicación dialógica.

La definición de Jenkins es la más cercana al concepto que buscamos respecto a la convergencia y va de la mano con el concepto de transmedia que “son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.)” (Scolari, C. 2013, p. 24). Debido a que nuestro análisis se centró en los nuevos medios digitales, más no en el ámbito educativo, pero de igual manera se rescata la importancia de los consumidores en la expansión de contenido.

En cuanto a los aspectos metodológicos, debe precisarse que para desarrollar la investigación inicialmente se planteó realizar una entrevista con quienes administran las páginas de memes de Facebook universitarias objeto de estudio, para lo cual se plantearon preguntas como: ¿Cuál es la historia de la página; ¿cómo surge?; ¿Cuáles son las estadísticas del funcionamiento de la página?; como administradores, ¿tienen algún criterio en el momento de publicar o decidir no publicar cualquier tipo de contenido?; ¿Cuál es el vínculo que tiene con la Universidad?; si la respuesta es negativa: ¿Por qué usan el nombre de la dicha Universidad en la página?

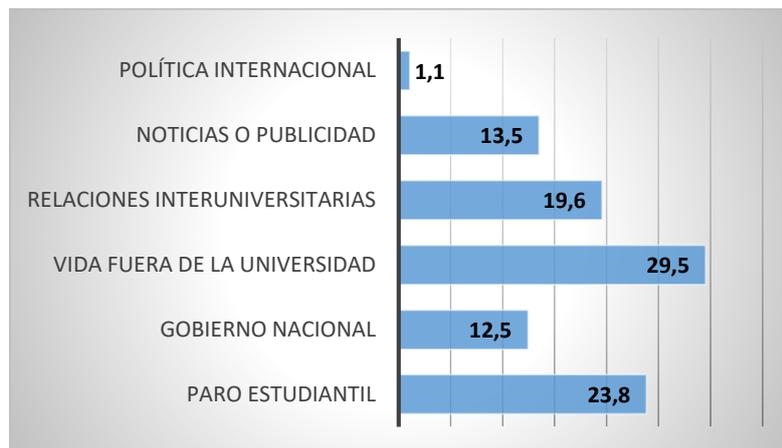
También se diseñó una ficha de análisis (ver anexo 1), con los siguientes ítems: código, fecha, página universitaria, interacciones, personaje, tema, formato, observaciones y categoría. Para contactar con los administradores, se les envió un mensaje a través de correo de Gmail donde se les comentaba el trabajo de investigación, los investigadores, la universidad y para que los necesitábamos, de las tres páginas, la única que respondió fue Memes UdeA para confirmar que estaba interesado en colaborar, pero de ahí no volvió a responder. A lo largo del desarrollo del trabajo, la ficha de análisis para el contenido también tuvo cambios, por ejemplo, se añadieron otros tres ítems; el primero, si es meme o no, debido que al observar estas páginas de memes universitarios se pudo ver que estas no solo publican o comparten

memes; el segundo fue si tenía relación con el paro, ya que los temas que abordaban dichos contenidos son variados; por último se le añadió la casilla de “fuente” porque el contenido que hay en dichas páginas no solo es de creación propia, también se comparte en ellas contenido de otras páginas de Facebook o de páginas web como es el caso de noticias. Para la sistematización del análisis del contenido se utilizó el programa SPSS.

Uno de los ajustes que se hizo en el desarrollo del proyecto fue el objetivo general, el cual se había planteado cómo, “categorizar los memes de tres páginas universitarias de memes en Facebook. A través de la categorización del contenido publicado durante el paro nacional de noviembre de 2019 y sus ecos hasta enero de 2020, se analizará cómo se expresan estas comunidades universitarias”, el cual se cambió debido a que en el desarrollo de la investigación, se iba a tomar el contenido general (y no de los memes específicamente) de las tres páginas universitarias de Facebook para realizar la categorización del contenido y de los memes, por ello el objetivo general se plantea de la siguiente manera, “Analizar el contenido de tres páginas universitarias de memes de Facebook para la categorización de los memes publicados durante el paro nacional de noviembre del 2019 y sus ecos hasta enero del 2020”.

Los capítulos de resultados que se presentan a continuación, se ordenaron de acuerdo con las categorías encontradas a partir del análisis de contenido y que constituyeron finalmente criterios adicionales para el análisis. Igualmente se tuvo en cuenta para la identificación de estas categorías la cantidad de publicaciones que tuvo cada una de estas, es decir, de la categoría que tiene más publicaciones a la que tiene menos publicaciones, las cuales son: Capítulo 1: “Vida fuera de la universidad”, Capítulo 2: “Paro estudiantil”, Capítulo 3: “Relaciones interuniversitarias”, Capítulo 4: “Noticias y publicidad”, y Capítulo 5: “Gobierno nacional”. La distribución de las categorías identificadas, se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 2.

Categorías del corpus

Fuente: producción propia.

Dentro de cada categoría también surgieron nuevos criterios para el análisis al identificar distintos temas relacionados con cada categoría propuesta, para ser más específicos. Dichos temas son: percepción del paro, acciones en las marchas, relaciones sentimentales, celebraciones, coronavirus, decisiones y acciones del presidente, sustancias psicoactivas, discusiones políticas, relaciones profesor – estudiante, sucesos naturales, inseguridad, amigos y familia, cultura colombiana, percepción de la universidad, estereotipos de las carreras, vida laboral y clases educativas. Los temas mencionados anteriormente, se revisaron en cada categoría como se mostrará en los capítulos del presente informe de trabajo de grado.

Tabla 1.

Distribución de temas de los memes

A. Temas de los memes	Porcentaje en el corpus	B. Temas de los memes	Porcentaje en el corpus	C. Temas de los memes	Porcentaje en el corpus
Percepción del paro	14,2	Decisiones y acciones del presidente	7,1	Inseguridad	1,1
Acciones en las marchas	15,3	Sustancias psicoactivas y alcohol	2,1	Amigos y familia	3,2

Relaciones sentimentales	9,3	Discusiones políticas	11,7	Cultura colombiana	1,8
Celebraciones	12,1	Relación profesor-estudiante	1,1	Percepción de la universidad	6,0
Coronavirus	2,8	Sucesos naturales	1,4	Estereotipo de las carreras	2,1
Vida laboral	1,4	Clases educativas	7,1		

Fuente: producción propia.

En este trabajo de investigación también se analizaron los tonos de las publicaciones, personajes a los cuales hacen referencia, si dicho contenido tiene relación con el paro estudiantil o no, formatos en los que el contenido ha sido publicado, lo anterior apoyado por gráficos.

Además, se analizó de manera cualitativa algunas de las publicaciones que hay en estas páginas de memes universitarias de Facebook. Finalmente, tras el análisis de los hallazgos, el informe presenta las conclusiones generales a partir del análisis de los resultados.

Capítulo I. Categoría: Vida Fuera de la Universidad.

Para los intereses de la audiencia de las páginas universitarias de memes revisadas, no todo el contenido se enfoca en la universidad, sino que también en lo relacionado con la cotidianidad. De hecho, se encontró que la categoría “vida fuera de la universidad” es la que tiene más publicaciones, y además abarca varios temas a saber: relaciones sentimentales, celebraciones, coronavirus, sustancias psicoactivas, sucesos naturales, inseguridad, amigos y familia, cultura colombiana, vida laboral, todos suman el 29,5 % de las publicaciones del corpus.

Las tres páginas universitarias de memes de Facebook analizadas pertenecen a instituciones universitarias, pero el contenido que hay en estas no solo hace referencia a la vida académica de educación superior, también recrea situaciones de la vida fuera de la universidad ya que se

entiende que en la vida se entablan relaciones familiares, de amistad y relaciones sentimentales que no van ligadas necesariamente a las vivencias dentro de la universidad. En esta categoría se evidencia que contenidos que hagan referencia a contextos fuera de la universidad, unidos con personajes del común - sean conocidos o no -, ofrecen a la audiencia una mayor familiaridad con ellos. También representan situaciones cargadas de humor que pueden sucederle a cualquiera, y tener por ello bastante aceptación por parte del público. Lo anterior se confirma con el hecho que esta categoría “Vida fuera de la universidad” es la que más contenido publicó frente a las otras y que generó más acogida.

Temas de la Categoría I | vida fuera de la universidad.

Los temas más relevantes dentro de esta categoría por su frecuencia son, en primer lugar, las celebraciones con un 25.3% del total de las publicaciones en las tres páginas universitarias durante el periodo observado, y esto se debe a que se publicaron memes y no memes de acuerdo con el contexto, porque durante el lapso de observación ocurrieron varias festividades como navidad, fin de año y carnavales. Con ello se puede apreciar que lo que está ocurriendo en el contexto se tiene en cuenta por parte de los creadores, a lo cual José Ruiz (2018) dice que una característica del meme es el elemento cultural, para que se expanda y tenga éxito es su capacidad de reflejar o responder a una realidad social, para que tenga una mayor afinidad con la audiencia. Es decir que busca responder a lo que está ocurriendo en la cotidianidad para que los seguidores se sientan identificados y tengan la sensación de que se está describiendo su situación. Algunos ejemplos son:

Imagen 1.

Fuente: Memes U.Nacional



Con ironía la publicación que tiene forma de historieta habla de la posición económica de muchas personas que no tienen los suficientes recursos para la época de navidad donde se esperan regalos costosos o dinero, frente a otras personas que sí tienen para dar regalos. También se puede decir que las brechas económicas entre unas personas y otras tienden a visibilizarse más en momentos de celebraciones, tomando como referencia lo que dan y reciben. Por lo que en la imagen mediante la mano que cada vez se está hundiendo más y más, hace referencia a la pérdida de esperanza de recibir algo que se quiere. Por otro lado, este meme tiene varias reacciones por parte del público debido a que pueda que se sientan identificados y se burlen de su decepción para pasar el momento. Este meme puede funcionar por la burla que se le hace al infortunio (burlarnos de lo que nos pasa), y también porque el meme está relacionado con el contexto navideño que paso cuando se publicó.

Imagen 2.

Fuente: Memes UdeA



Este meme hace uso del personaje del Joker, una persona solitaria, con limitadas habilidades para socializar, tiene una tristeza interna y poca confianza en sí mismo, pero que también es alguien impulsivo para conseguir lo que quiere y así ocultar lo que siente, por lo que termina actuando como alguien extrovertido, alegre; alguien de personalidad cambiante que lo hace parecer demente. Entonces, en esta imagen han tomado una de esas actitudes de él, donde se ve alegre, como si estuviera festejando para relacionarlo con las

festividades de navidad y fin de año cuando se supone las personas deben estar felices ya sean niños o adultos. Por otro lado, para generar una diferenciación visual entre la celebración del 24 y la del 31, se ha tomado la misma postura del Joker y mediante una edición rudimentaria se le ha disminuido de tamaño para ubicarlo al lado. Por lo cual, en un tono de burla habla acerca de las fiestas en diciembre, donde se deduce que la del 24 es más pequeña porque es dedicada a los niños, en cambio la del 31 es para todos, en especial para los adultos, donde queman “años viejos” y entre todos despiden el año.

Imagen 3.

Fuente: Memes Unicauca.



La imagen en tono de burla, se refiere a la tradición navideña de dar algo de comida a quienes asisten a las novenas. Dicha imagen ironiza el hecho de que algunas personas van a las novenas navideñas por la comida y no por una creencia específica. Lo que se resalta en la foto al complementarla con el texto es a un señor con sobrepeso que tiene en sus manos muchas cajas de comida y trata de salir de un lugar, relacionándolo con situaciones vividas en estas festividades. Por otro lado, es evidente que para convertir en meme la imagen se cambia de contexto al personaje, que no está en una novena de navidad y mediante el uso del texto, se le ubica en un contexto diferente para adaptarlo al tema. A pesar que el personaje mostrado en el meme no es conocido, funciona por el aspecto físico y el contexto en el que se encuentra.

Los anteriores ejemplos se apoyan en imágenes con personajes, que mediante el texto se complementan para dar una idea. También se puede notar que las tres imágenes tienen una marca de agua que identifica a qué página pertenece cada contenido, como si fuera la marca fuese la firma de autoría a donde pertenece, en este caso a una determinada comunidad virtual (Memes U.Nacional, Memes UdeA o Memes Unicauca).

Otro tema con mayor frecuencia de esta categoría también está relaciones sentimentales, de las cuales se habla, pero en su mayoría sobre fracasos amorosos con un 24.1% y al observar detalladamente los contenidos, se deja en evidencia que se refieren a las dificultades propias de las relaciones de amor entre los jóvenes por la falta de compromiso, las mentiras y lo efímeras que se tornan generando cierta melancolía en quienes anhelan una relación que no genere daño mental lo cual tiene relación con el concepto de amor líquido desarrollado por Bauman (2003) de lo efímeras que estas son por cómo se percibe el tiempo, ya que no es lineal y se buscan relaciones sobre todo las amorosas con carácter pasajero, lo que no involucra el compromiso y permite evitar los vínculos. Además, el carácter líquido de dichas relaciones también está muy mediado por la distancia e inmediatez que imponen la pantalla y el internet que lo favorece. Algunos ejemplos de este tema son:

Imagen 4.

Fuente: Memes U.Nacional.



Con un tono de burla a partir del texto de un chat de la aplicación de Messenger se puede deducir un arrepentimiento por la toma de una decisión, en este caso la manipulación de una persona, dentro de una relación de pareja, para que elimine algunos contactos de sus redes sociales. Al mismo tiempo da a entender que eliminar contactos de una red social por la pareja es algo tóxico, y dice que fue víctima debido a que fue de manera no voluntaria. Del mismo modo se puede decir que las redes

sociales en las relaciones de pareja se han vuelto importantes al momento de vigilar que personas tiene entre sus contactos y así mismo decidir que personas puede tener como amigos en redes sociales y a quienes no. La manera en que se muestra este meme es de manera textual, siendo un pantallazo de una conversación de Messenger.

Imagen 5.

Fuente: Memes UdeA.



La imagen es un pantallazo de la cuenta de Twitter de Memes UdeA, y es una burla a algo que suelen hacer algunas personas en la tradición colombiana de encender velas el 7 de diciembre, se piden deseos frente a lo que se quiere y también es como el inicio de la navidad, algunas personas dentro de los deseos que piden al prender las velitas, está el dedicar una a la pareja, y la imagen lo hace ver como una pérdida de tiempo, porque dice que todo se va a acabar por lo efímeras que son las relaciones. Aquí se denota una burla hacia las cosas malas que pasan por la vida, como si fuera un alivio frente a lo negativo, lo cual se refleja en el emoji usado.

Imagen 6.

Fuente: Memes Unicauca.



La imagen es un pantallazo de la cuenta de Twitter de la página Memes Unicauca, por medio de un tono de burla les quita mérito a las relaciones largas porque se ven y se sienten como un encarte, validando lo efímero, no importa pensar en el futuro. También se puede deducir que los jóvenes solo quieren disfrutar el momento, tener compañía cuando les convenga y ya, una falta de apego emocional hacia otra persona, una especie de amor líquido.

Con los anteriores tres ejemplos, cada uno de las diferentes páginas de memes analizadas, se puede observar que hacen uso del pantallazo de lo que publican en la aplicación Twitter para después publicarlo en Facebook. También se ve el uso de solo texto en los tres ejemplos sin estar acompañados de un personaje, pero todos tienen un toque de burla que lo expresan a través del *emoji* de risa o la onomatopeya “jajaja”. Por parte del último ejemplo se puede notar burla apoyándose en las frases “se busca pareja para ver los alumbrados” y también en “solo

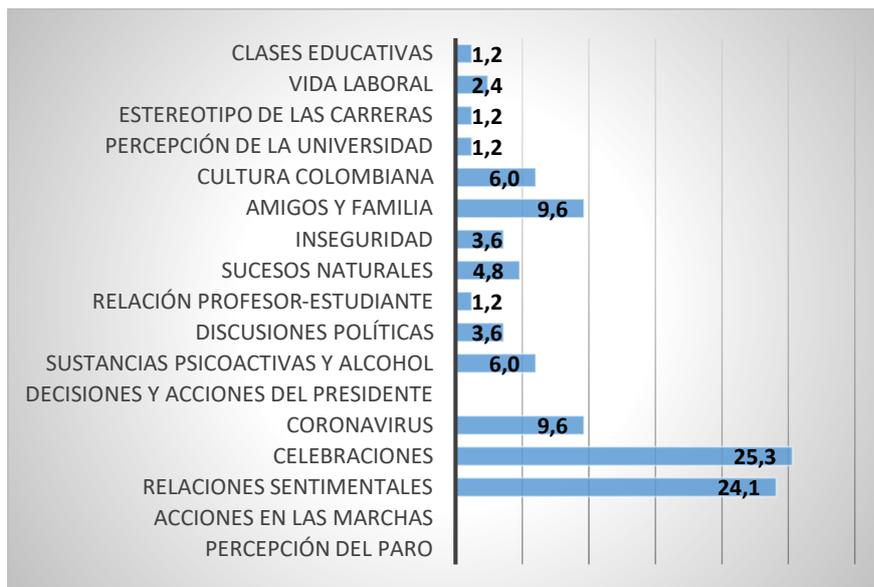
por este mes, no quiero encartes en enero”, dando a entender que no tiene con quien salir y necesita de alguien, pero solo durante un tiempo determinado, porque si se extiende más allá, sería un “encarte”; la burla radica en esta última palabra y es la que le da sentido a los textos de ser burla, ya que le da la connotación de querer a alguien pero por un interés y tiempo limitado, como si solo a fuera a usarla a su conveniencia.

Por otro lado, el tema de amigos y familia tiene una frecuencia del 9.6%, al igual que el tema coronavirus ya que ambos hacen parte de la cotidianidad de las personas, pero a sus vez se piensa que la frecuencia del tema coronavirus no es de las más altas, debido a que cuando se hizo la captura de los contenidos de las tres páginas analizadas, este era un tema del que apenas se estaba hablando en el ámbito internacional, su porcentaje se debe al parecer a que para la fecha en Colombia aún se percibía como algo lejano y no se dimensionaba el impacto mundial que generaría dos meses después.

Algo curioso de esta categoría, vida fuera de la universidad, es que cuatro de los temas: clases educativas, estereotipo de carreras, percepción de la universidad y relación profesor-estudiante tienen en común que sus proporciones son las más bajas y tienen la misma frecuencia, 1.2%, haciendo que estos temas sean los menos relevantes dentro de esta categoría. También cabe destacar de esta categoría que es la que más temas tiene con un total de 14, frente a los temas de las otras categorías.

Gráfico 3.

Temas de los memes de la categoría “Vida fuera de la universidad”



Fuente: Producción propia.

Tono de los Memes en la Categoría I | vida fuera de la universidad.

Dentro de esta categoría el tono más frecuente con el 73.5% fue el de burla y los menos frecuentes fueron el reclamo con 1.2% y la exigencia con 0%, debido a que el contenido se enfocó en mostrar cómo las personas viven en su cotidianidad con todos los matices que se tenía en ese momento de acuerdo con el contexto. La burla al ser el tono con mayor frecuencia en esta categoría se ilustrará con los siguientes ejemplos:

Imagen 7.

Fuente: Memes U.Nacional.



La imagen muestra dos momentos, el primero donde el personaje está saltando acompañado con el texto “el metalero de la familia bailando borracho con la tía Pastor López”. Pero el tono de burla radica en el segundo momento donde el personaje se está tapando el rostro y un

texto “hoy viendo las fotos y los videos “. Al personaje se le ha dibujado una peluca haciendo alusión a que las personas que les gusta el género musical del metal, tienen el cabello largo como algo distintivo dentro de sus aspectos. También se encasilla a los metaleros en un solo género de música, forma de vestir y que si alguno de ellos escucha o baila música diferente a la que se le ha conferido, será visto de manera rara y de burla. El texto en esta imagen le da sentido a la imagen y a las acciones que aparece haciendo el personaje. En este meme el personaje es modificado, al añadirle en posproducción una peluca, para que se ajuste a un contexto diferente.

Imagen 8.

Fuente: Memes UdeA.



El meme hace una burla a las personas bajas, diciendo que su estatura no les permite hacer algunas cosas, en el caso de la imagen haciendo uso de palabras como “enana”, la frase “no puede perrear hasta abajo porque ya estas abajo”, dando a entender que las personas bajitas son inferiores a las que son altas y que les falta evolución o “digievolucionar” como lo referencia el meme. En este ejemplo, debido a que esta palabra pertenece a una generación que creció viendo la serie Digimon, es preciso hacer parte de esa audiencia para desde ahí interpretar el termino digievolucionar.

Imagen 9.

Fuente: Memes Unicauca.



En la imagen se compara a los hombres con mujeres por tener el cabello largo, dando a entender que solo las mujeres pueden llevar el cabello largo y que los hombres por el contrario deben llevarlo corto. Por otro lado, se está insinuando que todos los metaleros son feos. Entonces con este meme se puede analizar que hay características que hacen ver a una

mujer como “femenina”, el cabello largo, y que si un hombre luce el cabello largo será “femenino”, por lo que será confundido con una mujer, lo cual nos lleva a pensar que se indica una manera de cómo se debe ver un hombre o una mujer y que deben cumplir ciertos estereotipos para que las mujeres no las consideren “feas”. De igual forma, con este meme se puede intuir que para confundir a los dos tipos de personas que referencia el meme, debe ser porque los bares que habitúan los metaleros y las prostitutas tienen características similares, como la oscuridad.

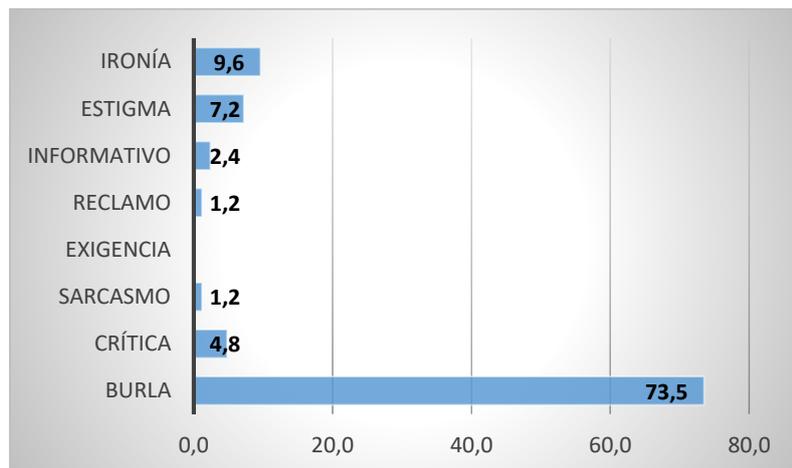
Con los anteriores tres ejemplos se puede observar que los temas que tocan estos memes hacen alusión al común, algo que se puede encontrar en la cotidianidad como lo son los metaleros, las personas bajas y las trabajadoras sexuales, pero al hablar del tono de burla se puede analizar que se toman estereotipos que ya están impuestas en la sociedad para que a través de estos generar risa, reforzando etiquetas, normalizando comportamientos y pensamientos a través de la risa. Lo que genera las etiquetas es que si se sale de esos patrones empieza a generar risa al ser algo “raro”, en dos de estos casos: el cabello largo, la apariencia femenina y encasillar gustos con la apariencia. En el caso del segundo ejemplo se toma la característica física de una persona, en este caso baja estatura, para generar burla llegando a ofender a las personas, en el caso de la imagen se puede ver el personaje con los ojos aguados queriendo llorar.

La burla es un factor que genera risa y por ende está muy presente en los memes. Pero en esta categoría, vida fuera de la universidad, está muy presente, ya que tiene publicaciones que aluden a la burla más que otros tonos, que se han postulado para el análisis de las publicaciones, que pueden mostrar alguna inconformidad por algún factor social, político o económico.

Aunque la ironía se mostró con un 9.6% de frecuencia y el estigma con 7.2%.

Gráfico 4.

Tonos de los memes de la categoría “Vida fuera de la universidad”



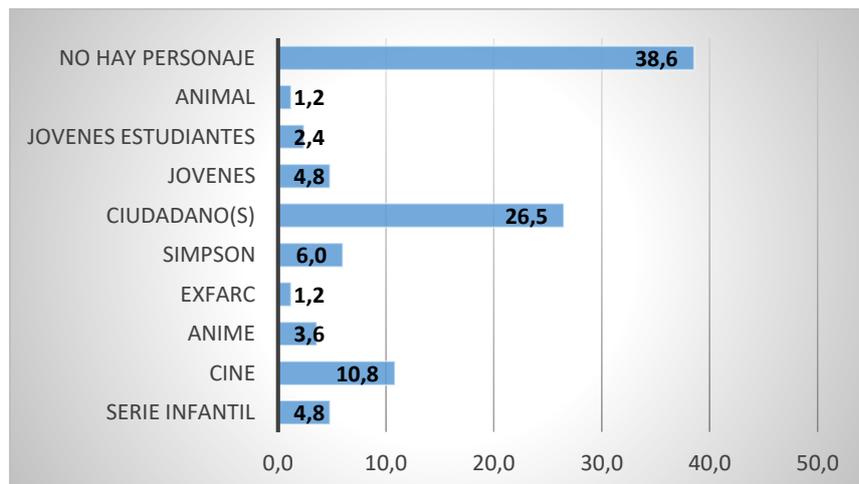
Fuente: Producción propia.

Personajes en las Publicaciones de la Categoría I | vida fuera de la universidad.

Otro ítem de la ficha de análisis son los personajes que están presentes dentro de cada contenido publicado. Dentro de la categoría Vida fuera de la Universidad, lo más común es no encontrar personajes, lo que sucede en un 38.6% del total de publicaciones que están en esta categoría. “Los ciudadanos” son los personajes que tienen una mayor frecuencia, con el 26.5%; se piensa que estos tienen la segunda frecuencia más alta debido a que representa personas del común que pueden estar en contextos parecidos a los que rodean a quienes siguen estas páginas de memes universitarias, generando más cercanía con los contenidos. También dentro de la opción “Los ciudadanos” se tuvieron en cuenta las celebridades que aparecen en escenas que han tomado de películas o series de filmes que han sido exitosos para hacer memes, las cuales por medio de texto se adaptan a situaciones de la vida cotidiana. Dichas celebridades al ser reconocidas por los seguidores de las páginas tienen más opciones de ser aceptadas por el público, un ejemplo de lo la película “The Avengers”, que es muy conocida.

Gráfico 5.

Personajes de los memes en la categoría “Vida fuera de la universidad”



Fuente: Producción propia.

Interacciones de las Publicaciones en la Categoría I | vida fuera de la universidad.

Otro aspecto que se tuvo en cuenta fueron las interacciones, las cuales están ejemplificadas en las siguientes ilustraciones:

Imagen 10.

Fuente: Memes U.Nacional.



El meme que tuvo más interacción dentro de la categoría, publicado en la página Memes U.Nacional, responde al tema del coronavirus en un contexto colombiano, en la ciudad de Bogotá y fue publicado el 24 de enero del 2020. El tema empezó a causar interés por todas las noticias que estaban circulando en el ámbito internacional y que evidenciaban lo riesgoso del virus originado en China, pero que para esa fecha en el país aún se consideraba lejano. Aun así, por como lo plantea el meme: “toser varias veces en el

Transmilenio y decir en voz alta”, se puede intuir que había indicios de pánico frente al coronavirus, por lo que decir en voz alta “no sé qué me pasa desde que regresé de ese viaje a China”, puede generar susto en las personas alrededor.

Se trata de una burla de una **situación con personas del común** que están haciendo uso del servicio de Transmilenio, con un texto que reza: “no sé qué me pasa desde que regresé de ese viaje a China”, y aunque no tiene una imagen gráfica, solo con el texto llegó a 2.541 interacciones por la cercanía que generó con el público, ya que responde a una **situación de personas del común** con un tema que está en auge, por lo que se puede pensar que dentro del contenido se tiene en cuenta lo que está pasando en el mundo y la agenda setting de los medios tradicionales para estar en sintonía con el interés general.

Imagen 11.

Fuente: Memes U.Nacional.



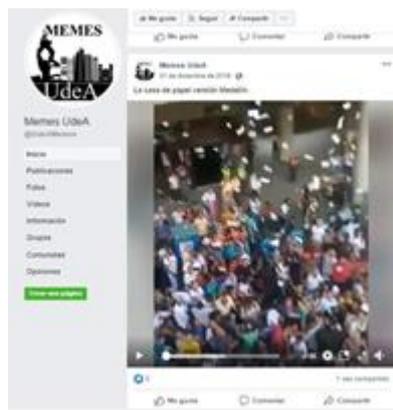
Este meme con mayor interacción, publicado en la página Memes U.Nacional trata con burla el tema de la inseguridad por redes sociales, al tener citas con personas desconocidas por la aplicación Tinder. Dicha aplicación sirve para conocer personas a través del celular y deja ver información y fotos que la personas quiera dejar ver en su perfil. En la imagen se muestra al personaje de la serie La Casa de los Dibujos, para representar a una mujer con maquillaje corrido, el vestido roto, algunos raspones y cansada. Según lo que plantea la frase que acompaña la imagen “Llegando a casa después que el ligue de Tinder me asaltó”, más el estado en que se puede ver al personaje, el meme alude al posible peligro de este tipo de aplicaciones de citas, focalizándose en el peligro para las mujeres, sugiriendo su mayor vulnerabilidad, lo cual puede dar cuenta de una perspectiva machista.

El humor de este meme radica en la imagen visual, ya que es un hombre quien está vestido y maquillado como mujer, pero a raíz de lo que se supone fue el hurto, terminó con la ropa y el maquillaje en mal estado, mostrando lo destruida que está la persona, debido a que los memes han servido para burlarse y sobrellevar situaciones de infortunio, usando a veces como recurso el humor negro para alivianar la carga, lo que puede llevar a normalizar situaciones como la inseguridad a la que están expuestas las mujeres.

Lo que ha permitido la globalización y la digitalización es generar la idea de cercanía con el territorio el cual no necesariamente se debe conocer físicamente y permite que se haga una apropiación de diferentes culturas, combinándola con la propia y es por ello que en este caso se usa la palabra “ligue” que es propia de la cultura mexicana para referirse a alguien con quien se está entablando una relación sentimental.

Imagen 12.

Fuente: Memes UdeA.



A comparación de los anteriores dos ejemplos, esta es la publicación con menos interacciones que corresponde a Memes UdeA y es un video de una situación que se vivió en un espacio público: hay un desorden de personas por presunto dinero que cae desde un puente, el cual con burla lo comparan con la serie “La Casa de Papel”, debido a que en ella el público puede ver todo el dinero cuando lo roban del banco, que es

bastante, y en el video de la página Memes UdeA el dinero que aparece cayendo se ve que es mucho.

Si observamos este último ejemplo frente a los dos anteriores, la interacción en este caso se reduce a 2 me gusta y 1 compartido, se debe a que el último ejemplo es un video de personas

queriendo atrapar billetes que caen; el texto que acompaña la publicación solo hace una relación con la serie “La Casa de Papel” y el audio del video no incluye un contexto claro de lo que se quiere representar con la publicación, es por esta razón que no genera un enganche o cercanía con el público porque no se entiende el mensaje de la publicación, lo cual se ve reflejado en el número de interacciones. Por otro lado, la falta de claridad del contenido le quita el humor, el sarcasmo, la ironía o algún tono que enganche al público.

Lo anterior deja analizar que la relación que se pretende generar entre los memes o las publicaciones y el público que sigue las páginas universitarias debe ser clara y que represente alguna situación con la que el público se sienta identificado. También es importante que el texto y el audio del video, siendo el caso, complementen y ayuden a crear una situación con la cual el público se sienta identificado. Finalmente, el tono de la publicación es importante para generar reacciones en quienes vean el meme, principal humor o tonos que causen risa, que es una característica de este tipo de contenidos.

Capítulo II. Categoría: Paro estudiantil.

Al ser el periodo analizado correspondiente al paro estudiantil convocado por las universidades públicas del país, se centró el foco en descubrir qué tipo de contenido se publicaba en el lapso para conocer la percepción, expectativas y resultados de este.

Hay que tener en cuenta que el contenido no relacionado con el paro estudiantil no quiere decir que no tengan una opinión frente a un hecho coyuntural en este caso el paro estudiantil y que están hechos solo para el ocio, ya que también éste toca temas relacionados con noticias internacionales y locales, enlazados con la política del país, involucrando figuras como el presidente o el expresidente y sucesos como la pandemia por coronavirus.

Dentro del contexto de protesta social en Colombia, Facebook sirvió para que las personas que administran estas páginas de memes universitarias publiquen y compartan diferentes contenidos que están relacionados con las actividades que se hicieron en marco del paro estudiantil del 2019. Dichos medios de comunicación se consideran diferentes a los tradicionales, como plantea Castells (2012), quien dice que las redes sociales de internet “son espacios de autonomía en gran medida fuera del control de gobierno y corporaciones que, a lo largo de la historia, han monopolizado los canales de comunicación como cimiento de su poder” (p. 20).

Al relacionar las redes sociales y la protesta social, tenemos varios casos emblemáticos ocurridos durante en la denominada “Primavera Árabe”, la cual empezó el 17 de diciembre de 2010 en la ciudad de Sidi Bouzid en Túnez, incentivada porque un vendedor ambulante se prendió fuego a sí mismo a modo de protesta tras las humillaciones policiales por no pagar la licencia de trabajo , tras lo cual muchos otros tunecinos salieron a las calles para protestar por las malas condiciones de vida del país; las protestas se agudizaron y forzaron la renuncia del presidente Zine El Abidine Ben Ali, quien había gobernado de manera autoritaria por más de 20 años (BBC, 2020). Dicha inconformidad por falta de falta de democracia y derechos sociales se extendió a otros países del norte de África como, por ejemplo, en Egipto, contra el gobierno de Hosni Mubarak, quien cayó tras 30 años en el poder; en Libia cayó Muamar el Gaddafi; en Siria, se dieron protestas contra el gobierno de Bashar al Asad (BBC, 2020); en Marruecos, los ciudadanos que salieron a protestar fueron reprimidos por el rey Mohamed VI, lo cual se repitió en Yemen, contra Ali Abdullah Saleh, y en Argelia, contra Abdelaziz Bouteflika (La Información, 2019).

Dichas manifestaciones que se dieron con fuerza entre 2010 y 2013 conforman lo denominado “Primavera Árabe”. En estas protestas las redes sociales como Facebook y Twitter ju-

garon un papel importante debido a que, como lo plantea Castells en su libro *redes de indignación y esperanza* (2012), a través de internet se organizó y se convocó la mayoría de las revueltas árabes, las cuales pasaron después al espacio urbano (p. 108).

En Colombia en 2019 el paro estudiantil movilizó a miles de estudiantes en todo el país, demandando que se incrementara el presupuesto destinado a la educación pública, para garantizar su cobertura, calidad y recursos para la investigación. A través de páginas de Memes UdeA, U.Nacional y Unicauca se hicieron publicaciones donde se convocaba a diversas acciones como asambleas para decidir acerca de la posición de los estudiantes frente al paro, marchas de antorchas, para realización de carteles, estampados, cacerolazos y demás elementos del repertorio político estudiantil que se siguieron desarrollando con posterioridad a la marcha del 21 de noviembre (21N)¹. Es este fenómeno de las redes sociales motivo de estudio de teóricos porque la información circula libremente y permiten convocar a las multitudes a las luchas políticas. Como se menciona:

La comunicación de masas suele ser predominantemente unidireccional. Sin embargo, con la difusión de internet, ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad de enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto-a-punto, estando al alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida. (Castells, 2009, p.88)

Algunos ejemplos de lo mencionado son las siguientes publicaciones que por su diseño se pueden denominar como carteles:

¹ Repertorio se denomina al conjunto de acciones como “creación de coaliciones y asociaciones con un fin en específico, reuniones públicas, procesiones solemnes, vigiliyas, motines, manifestaciones, peticiones y declaraciones a y en los medios públicos, y propaganda” (Tilly y Wood, 2009, p. 22).

Imagen 13.



fuente: memes UdeA

Imagen 14.



Fuente: Memes U.Nacional

Dentro de las publicaciones que se hicieron en el lapso de la investigación hubo memes, los cuales también expresaban ideas de lo que pasaba en el país en el contexto de paro estudiantil.

Imagen 15.



Fuente: Memes U.Nacional

Imagen 16.



Fuente: Memes UdeA

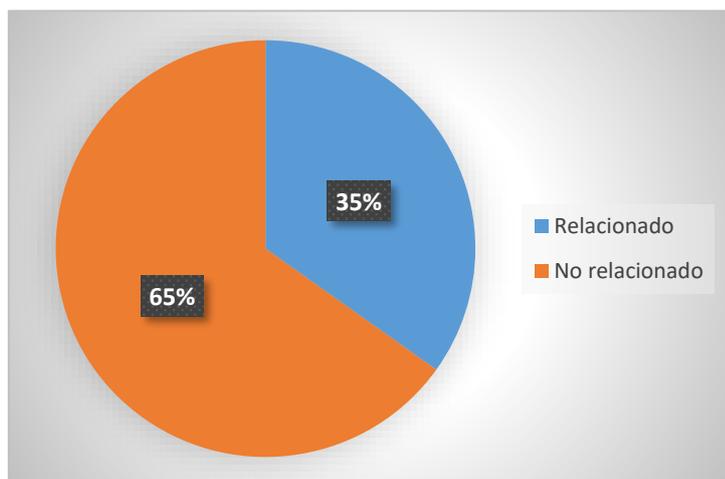
Si observamos el siguiente gráfico del corpus se puede ver que esta categoría, es la segunda con más publicaciones con un 23,8% del total. Lo que nos lleva a pensar que estas páginas universitarias de memes de Facebook crean contenido dependiendo de lo que esté pasando en el contexto, en este caso el paro estudiantil del 2019, que es lo central de esta categoría, y que su contenido no solo obedece a publicaciones de ocio o de entretenimiento como el caso del capítulo anterior, donde uno de los temas eran celebraciones o acontecimientos que no tenían relación con la universidad. Por otro lado, se puede decir que estas páginas universitarias de

Facebook publican contenidos relacionados con el paro estudiantil debido a que ellas se originan en universidades públicas, que son las afectadas por el bajo presupuesto para la educación.

Entre la información encontrada en el gráfico 5 respecto a la relación del contenido con el paro estudiantil, se puede percibir que el 35% del contenido publicado en las tres páginas de memes se relacionan con el paro y el 65% corresponde a otro tipo de contenido. Aunque los memes se escogieron de manera aleatoria se puede pensar que el tema del paro no fue relevante en materia de publicación y se les dio prioridad a otros temas a pesar de que este estaba relacionado directamente con la coyuntura nacional y específicamente la universitaria.

Gráfico 6.

Relación del contenido publicado con el paro estudiantil



Fuente: producción propia.

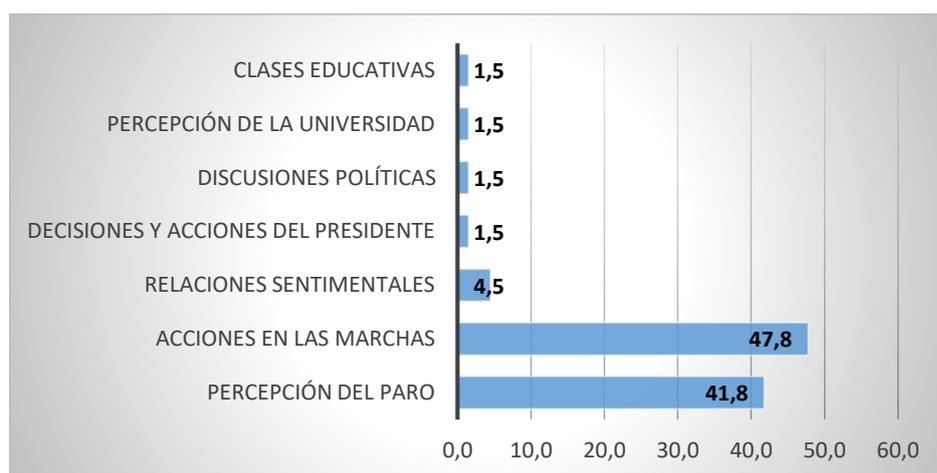
Temas en la Categoría 2| Paro Estudiantil.

De los temas que se definieron en la categoría Paro Estudiantil hubo unos que se puede decir eran obvios, como percepción del paro y acciones en las marchas; otros que tienen una relación, como decisiones y acciones del presidente, y el de discusiones políticas; también están los temas de percepción de la universidad y clases, porque el paro generó el aplazamiento de

las labores académicas y como la presencia de capuchos en la Universidad. Además, apareció solo un tema que no se esperaba, el de relaciones sentimentales, porque si bien en principio se creería que no tenía relación con la categoría, entre el contenido se identificaron publicaciones que mostraban algunos planes que se podían hacer en pareja en el contexto del paro, como protestar contra la policía o derrocar al gobierno.

Gráfico 7.

Temas de los memes en la categoría “paro estudiantil”



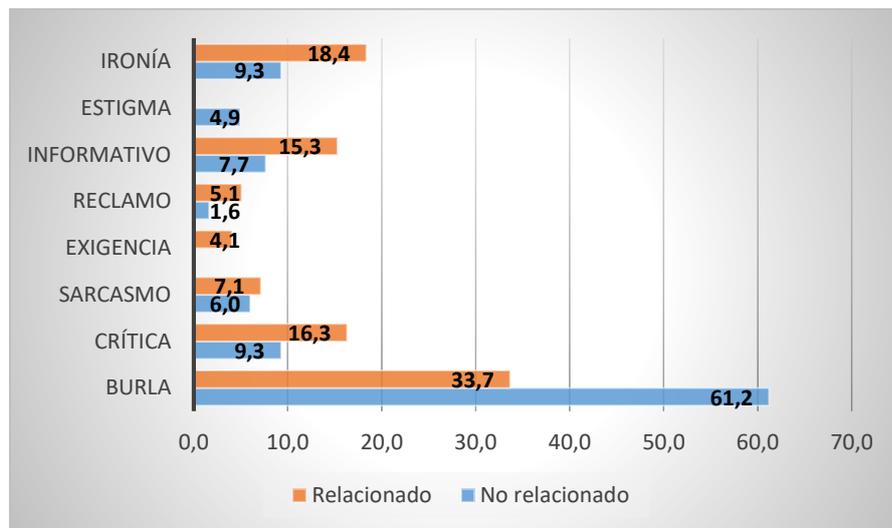
Fuente: producción propia

Tonos de los Memes en la Categoría II| Paro Estudiantil.

Ahora bien, en el análisis del tono de las publicaciones relacionadas con el paro, observamos que, entre las tres páginas de memes universitarios de Facebook, de los ocho tonos analizados (Ver gráfico 8), los tres que más sobresalen son: burla 33,7%, crítica 16,3% e ironía 18,4%. El tono de burla se lleva el mayor porcentaje, debido a que estos causan risa, como señala José Vélez (2015) en su libro *Estudios de comunicación y política*, “la risa es un evento social que generalmente se desea compartir, es un elemento adecuado para la reproducción de memes, pues es mucho más directo y eficiente” (p. 136). Se puede considerar entonces que esta es una de las características por lo que los memes son tan acogidos y viralizados.

Gráfico 8.

Tonos de los memes en la categoría “paro estudiantil”



Fuente: producción propia

Se puede decir entonces que los memes también tienen acogida debido a que obedecen al contexto donde son creados, como dice Walter Marulanda (2020), los mensajes que se dan a través de estas imágenes y palabras tienen características de la vida cotidiana con las cuales las personas se pueden identificar y hacerlas colectivas (p. 74). Al relacionar esto con las interacciones sociales y los cambios que se buscan a través de las protestas, es preciso tener en cuenta que “los memes [...] además de servir como medio de expresión logran a través de su propagación inmediata, transmitir factores culturales, característica que determina su nombre, generando cambios culturales importantes en las nuevas generaciones que trascienden la cultura propia de cada país” (Bravo, 2014, p. 29).

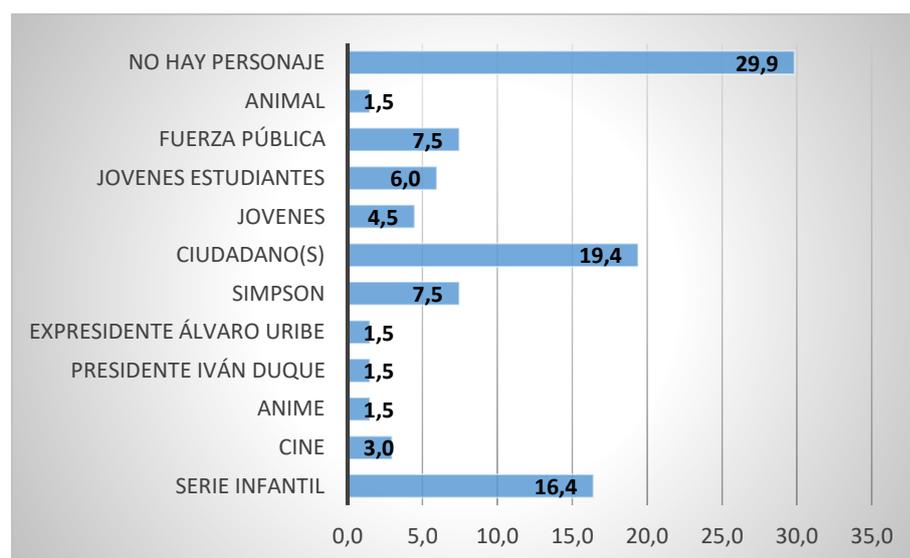
Personajes de la categoría 2| Paro Estudiantil.

Entre los personajes que aparecen en las publicaciones de esta categoría, tres de ellos sobresalen del resto: el primero, no hay personaje 29,9%, el cual es el contenido que está compuesto por texto; el segundo es ciudadanos 19,4%, que corresponde a la perspectiva que tienen las personas frente al paro y los acciones que se hacen durante las marchas como rayar el

espacio público; y el tercero más alto, es serie infantil 16,4%, aquí se toman personajes de diferentes series las cuales, mediante el texto, en el caso de imagen o mediante el audio, en caso de video, se pone en otro contexto, se saca de la línea narrativa de lo que trata la serie y el mundo donde se mueve dicho personaje y se adapta a otro contexto, en este caso al paro estudiantil del 2019.

Gráfico 9.

Personajes de los memes en la categoría “paro estudiantil”



Fuente: producción propia.

Antes de finalizar este capítulo, se debe señalar que en estos espacios virtuales las diferentes publicaciones y los memes de páginas virtuales como las de Facebook, ya sean de creación de la propia página o no, se han convertido en unos recursos visuales con los cuales se pueden expresar inconformidades, denuncias, opiniones y convocar, como se encuentra en relación con el paro de 2019. Tomando lo que dice Ramón Maíz refiriéndose a la conceptualización de Charles Tilly:

“los repertorios ahora: son conceptuados como modos establecidos de plantear protestas y demandas; y por lo tanto creaciones culturales aprendidas e insertas

(“embedded”) en identidades colectivas establecidas y relaciones sociales específicas, que se generan en el seno mismo de las luchas políticas; condicionan y restringen la matriz de modos de interacción disponibles de las luchas populares; y, en fin, cambian de modo lento e incremental al hilo de las experiencias y las transformaciones del contexto social y político” (p. 10)

Puede que esos repertorios hayan mutado o se hayan adaptado, y que las redes sociales en estas páginas universitarias de memes en Facebook, a través de sus publicaciones, se conviertan en una manera de hacer lucha política desde la virtualidad complementando con las luchas en las calles. A continuación, se presentan algunos ejemplos:

Imagen 17.

Fuente: Memes UdeA



La imagen 17, es una fotografía de un dibujo que se le hizo a Dilan Cruz, conmemorando su muerte en una de las marchas. Con esto se pretende no dejar en el olvido lo que pasó, criticando la represión del gobierno y también deja ver el descontento con el asesinato de

Dilan Cruz y la memoria que hacen por otros(as) compañeros(as) caídos(as).

Al no ser un meme, igual tuvo aceptación de las personas debido a que así podían mostrar su desacuerdo con el actuar del gobierno, que estaba cometiendo faltas a los derechos humanos y era una forma de generar empatía con las víctimas de actos violentos por parte del estado, cuando salieron a marchar.

La imagen de Dilan Cruz es grande y cubre casi toda una pared, lo cual hace que no pase desapercibido y genere más atención en quien pase por el lugar donde está el retrato.

Imagen 18.

Fuente Memes UdeA



En esta imagen se ha modificación el escudo que identifica a la Policía Nacional, en el cual, la imagen central donde debería ir el escudo de Colombia, lo han cambiado por dos policías y una persona, en donde los dos policías están ejerciendo violencia sobre un ciudadano, que está herido en el piso y con sangre. Además, el lema de “Dios y patria” se cambió por “Bolillo y pata”, como si este último fuera el verdadero lema de la Policía Nacional.

Con dicha modificación del escudo, se lanza un mensaje crítico que hace ver a esta institución como quienes usan la fuerza bruta y la violencia para controlar las situaciones, con esto muestra la percepción que se tiene de los policías como violentos. Por lo que se deduce que para quienes producen el contenido y lo reproducen están en desacuerdo con el accionar de la fuerza pública porque se sienten parte del grupo de personas violentadas.

Imagen 19.

Fuente: Memes Unicauca



En la imagen número 19, se puede leer una de las arengas que se cantan en las marchas que se ve a modo de eco; mediante esta imagen se pretendía incentivar a las personas para que salieran y participaran de las actividades referentes al paro. También se puede apreciar una valoración positiva que se hace de dicha arenga.

La acogida de esta imagen se debe a que, se pensaba que había cierta abstinencia de algunos estudiantes por participar de las actividades referentes al paro, por lo que se buscaba de alguna manera invitarlos a ser partícipes y luchar por la causa que era en común. Por otro lado, se puede deducir un entusiasmo y energía por parte de las personas que asisten a las marchas,

ya que continúan con dichas arengas y no dejan a la persona que la inicia sola, de igual forma, las personas que asisten a este tipo de actividades tienen conocimiento de dichas consignas para decir las y corearlas.

Imagen 20.

Fuente: Memes Unicauca



En la última imagen, se ve a una mujer sentada en la nariz de pinocho la cual se hace más grande al expresar que el paro tuvo resultados. Con este meme se puede analizar lo que se opina frente al paro; mediante la imagen se puede pensar que no sirvió y también alrededor de esta se puede intuir que se perdió el tiempo, se incrementó la carga, el estrés académico y que no se solucionaron a fondo los problemas por los que se dio el paro. Esta es una de las publicaciones que más reacciones tiene, por lo que se puede tomar como una reafirmación que las personas, sobre todo de Unicauca piensan que el paro no sirvió de nada.

Interacciones Derivadas de los Memes Publicados en la Categoría II| Paro Estudiantil.

Imagen 21.

Fuente: Memes U. Nacional



Los memes con mayor interacción hacen parte de esta categoría y es el ejemplo de la imagen con 5.930, el cual fue publicado en formato video, se la han agregado en edición voces de otro contexto para hacer referencia al paro. Se quiere reflejar a modo de burla algunas de las posiciones, percepciones y acciones que se tienen en las marchas y que no son de agrado para todos los que participan como por ejemplo abrazar policías. La percepción de las acciones en el paro depende de lo que piense cada participante del espacio. La cantidad de interacciones se debe a que es un aspecto común en este tipo de

actividades y los usuarios se sienten identificados con la situación que fue publicada además porque el formato de video del meme cautiva más la atención de los seguidores.

Imagen 22.

Fuente: Memes Unicauca



En el siguiente video con 4.634 interacciones, Travolta empieza a bailar la canción “un violador en tu camino” en un bar y lo que pasó en la realidad fue algo similar, se perdió la carga política e ideológica para ser un baile banalizado por la burla de las personas que lo usaban para bailar y divertirse. A pesar del contexto del paro, y que estas páginas universitarias mostraron su apoyo y sus usuarios fueron participe, se contradecían al burlarse de la lucha

feminista. La acogida también se debe a que el video está fuera de contexto con la canción, pero el baile del personaje los une y hace una mezcla que se ve cómica.

Imagen 23.

Fuente: Memes UdeA



La publicación con 2.403 interacciones, es una imagen conmemorativa por la muerte de Dilan Cruz a manos de uno del ESMAD. Para hacer su rostro de Dilan Cruz se han tomado municiones que ha usado el ESMAD en contra de las personas que están en las marchas. De esta manera se muestra críticamente que estas armas no son tan inofensivas y se cuestiona el accionar de la fuerza pública

contra los manifestantes, incluso con armas que son prohibidas por la ONU, evidenciando cómo todos los manifestantes están en peligro. También es una forma de conmemorar las vidas que se perdieron, dejando ver su resiliencia y a la vez enviar un mensaje de no darse por vencidos y que no hay olvido.

En cuanto al aspecto de personajes, dentro de las publicaciones de la categoría Paro estudiantil, encontramos los siguientes memes como ejemplo:

Imagen 24.

Fuente: Memes U. Nacional



Mediante el uso de una imagen del personaje que es un calamar fornido de la serie infantil Bob Esponja, y en la cual tiene expresión de dolor, se hace uso de la ironía para dar entender que los gases lacrimógenos usados en las marchas por parte del ESMAD provocan irritación lo cual se puede comparar cuando se le echa sal a un animal que no lo soporta. En la imagen también se hace una comparación al mismo dolor que se siente cuando alguien no es correspondido amorosamente. Del mismo modo se puede analizar que por más fuerte que parezca en cualquiera de los dos casos anteriores puede causar daños ya sean físicos o emocionales. Cabe resaltar que la imagen necesita del texto para que el meme tome sentido, pero permite que las personas se sientan identificadas con el dolor del personaje, ya sea por una relación no correspondida o por los gases lacrimógenos.

Imagen 25.

Fuente: Memes UdeA



Con la imagen 25, qué parte de un video que se usaba para hacer conciencia del uso de la pólvora, se le cambia de sentido con el uso del texto y añadiendo otras imágenes por medio de la edición como una careta y una capucha se adapta al contexto del paro, las marchas y los enfrentamientos con la fuerza pública. Mediante este meme se muestra con ironía la actitud de los capuchos al elaborar explosivos artesanales, al no tener miedo cuando están en las marchas, sobre todo cuando hay disturbios y enfrentamientos con el ESMAD, también cuando se usan cosas hechas artesanalmente. El meme causa más gracia es por la frase “el que se asusta se quema” que fue emblemática y muy reconocida por los televidentes en la década del 2010

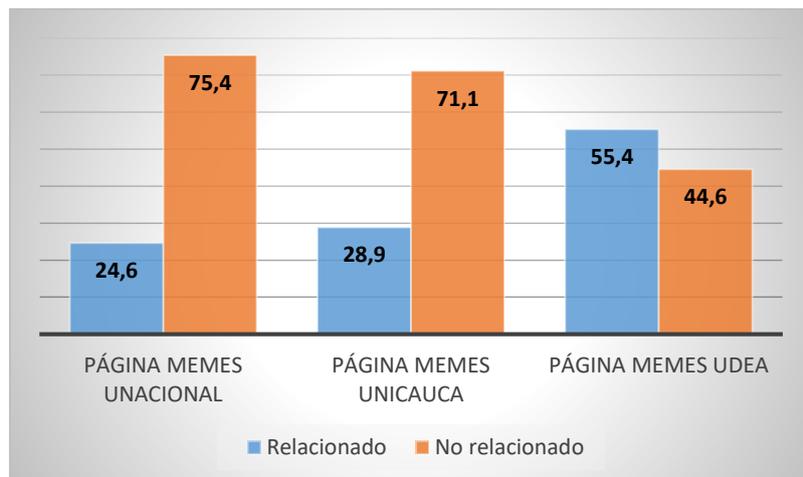
aproximadamente, entonces al entender el referente va a tener más aprobación, además porque los capuchos son personajes icónicos de los paros.

Con los anteriores ejemplos se puede notar la creatividad e imaginación por parte de los creadores quienes parten de la realidad, generando memes donde la imaginación “se entiende por la capacidad humana para producir representaciones de la realidad a través de procesos como la percepción y la memoria, pero también de la creación [...] implican tanto la facultad de producir imágenes o copias de la realidad” (Chavaro, 2019, p. 142). Por otro lado, las imágenes o videos tomados que se modifican para hacerlos memes deben ser conocidos, debido a que si no se tienen esos referentes los seguidores no entienden del todo el mensaje del meme, el cual queda a medias, no se entiende en absoluto o se pierde el toque humorístico, sarcástico, irónico o cítrico, lo que puede generar que pase desapercibido.

También en los anteriores tres ejemplos se puede observar que la creación de memes toma imágenes o vídeos de contextos ajenos y que, son intervenidos con el uso de texto para crear algo nuevo que hace referencia a otra realidad y contexto. Por lo anterior, se puede decir que en internet y los memes que ahí se alojan, se prestan para la creación propia, y más específicamente para la auto comunicación de masas, a la que se refiere Castells (2012), “Es auto comunicación porque el emisor decide el mensaje de forma autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que desea recuperar” (p. 24). Castells también plantea que esta auto comunicación es de redes horizontales, pues en ellas hay una comunicación interactiva.

Gráfico 10.

Relación de la página universitaria con el paro estudiantil



Fuente: producción propia.

A continuación, hay unos ejemplos de publicaciones en dichas páginas:

Página de memes UdeA

- El primero, a manera de crítica en una caricatura de cerdo que representa al presidente Iván Duque, hace alusión al momento en el cual el presidente autoriza la caza de tiburones para la comercialización de sus aletas. En esta se puede observar un descontento por la decisión que tomó porque atenta contra la fauna marina, por consiguiente, se le ilustra con sangre en un mar.
- El segundo, hace una crítica a las acciones que el presidente Iván Duque ha tomado frente a la oleada de violencia que se está viviendo en algunas partes del país, este meme se centra especialmente en Bojayá.

Página memes U.Nacional:

- Con una fotografía del concurso de belleza Miss Universo al momento de las preguntas, la publicación con sarcasmo pone en tela de juicio los argumentos del feminismo y se da a entender que las feministas no leen textos o libros de historia o temas sociales, solo leen de Frida Kahlo.
- En esta publicación se puede ver como RCN está en crisis por bajo rating y Canal Caracol, no. Mediante este meme se quiere dar a entender con burla que sería bueno si el Canal Caracol estuviera en crisis por bajo rating, debido a que estos canales son señalados como desinformativos y que favorecen a cierto sector político.

Página memes Unicauca:

- Se ha tomado un pantallazo de Twitter y posteriormente se ha publicado en la página de Facebook. La imagen usa el sarcasmo para mostrar cómo el presidente escoge a los peores candidatos como ministros que no le aportan nada al país, se los relaciona como basura.
- Se dan juicios de valor frente a que la señorita Colombia es bonita y está en alta categoría mientras que Fernanda Cabal como lo contrario, pero más que por su físico es por su pensamiento e ideología, por lo que se recurre a la burla al ser las calificaciones que aparecen en la imagen un tema muy común en el ámbito estudiantil.

Los anteriores ejemplos a pesar que estén relacionados con el paro estudiantil o no, tienen algo en común y es que todos parten desde lo que se puede percibir de la sociedad, es decir, las cosas que pasan en la vida offline, como las opiniones frente al feminismo, las decisiones

del presidente frente a su gobierno. Para que esto suceda debe haber unos imaginarios sociales mediante los cuales las personas determinan algo como natural o normal y termine siendo aceptado, “los imaginarios sociales proporcionan a los ciudadanos de una sociedad dada las categorías de comprensión de los fenómenos sociales” (Pintos, 1995, p. 10).

Capítulo III. Categoría: Relaciones Interuniversitarias.

En este capítulo se analizan los contenidos de publicaciones en las páginas investigadas que se ubican en la categoría de “Relaciones interuniversitarias”. Se trata de contenidos que hacen referencia las posibles relaciones que se generan dentro del área universitaria, entre profesores y estudiantes, algunos comportamientos que tienen dichos estudiantes, la perspectiva que tienen las tres páginas universitarias de Facebook acerca de la relación que hay entre las instituciones de educación superior, qué perspectiva se tiene de estas, y algunos estereotipos de las carreras. Las tres páginas universitarias de Facebook que se escogieron para el análisis del presente trabajo son públicas, por lo que, el tema del paro y la percepción que se tiene de este es algo que genera comentarios por parte de los usuarios y formas de relacionarse dentro de la comunidad universitaria.

Temas de la Categoría III | Relaciones Interuniversitarias.

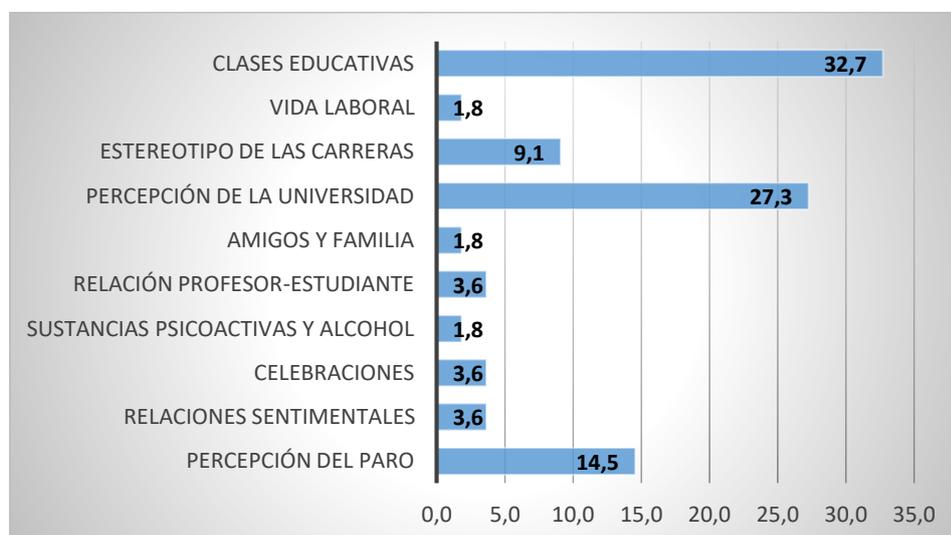
Frente a los temas que se encuentran dentro de esta categoría, el más frecuente es el de **clases educativas** con algunas situaciones alrededor de la educación, con un 32,7% del total de publicaciones revisadas, en las que se muestran acontecimientos que ocurren dentro del salón durante las clases o previamente a estas. Por ejemplo, lo más recurrente son publicaciones en torno al hecho de que los profesores les cancelen la clase minutos antes de su inicio, lo que afecta especialmente a aquellos estudiantes que viven lejos, lo cual se presenta como una vía indirecta de queja frente a la actitud irrespetuosa de profesores que se comportan de tal modo.

En segundo lugar, con el 27.3% de los casos, está el tema de la **percepción de la universidad**, cuyo rasgo común es la universidad vista como una experiencia difícil para los estudiantes, por la carga académica y por la complejidad de los parciales que, según los memes publicados, suelen ser reprobados. Aun así, hay contradicción porque con algunos memes ilustra la falta de responsabilidad de los estudiantes, en imágenes y publicaciones que señalan que prefieren dormir que asistir a clase, o que presentan los parciales sin haberse preparado.

En tercer lugar, se encuentra el tema de **percepción del paro** el cual ocupa el 14.5% del total de las publicaciones revisadas. Es importante decir que en el análisis se observó que entre la categoría “paro estudiantil” y ésta categoría, “relaciones interuniversitarias”, hay relación cuando se habla del paro estudiantil y la percepción que se tiene de este, debido a que hay publicaciones que hacen referencia a la vida académica y al paro estudiantil simultáneamente. Esta relación también puede deberse a que las universidades públicas estuvieron involucradas en el paro estudiantil del 2019, ya que una de las motivaciones del mismo fue la defensa de la educación pública y los recursos asignados por el gobierno nacional, lo cual va ligado a la vida universitaria y lo que ocurre en esta.

Gráfico 11.

Distribución de temas, categoría relaciones interuniversitarias



Fuente: creación propia.

Tonos de la Categoría III | Relaciones Interuniversitarias.

En la observación que se hizo, los tonos que más se aparecen dentro del contenido analizado en la categoría “Relaciones interuniversitarias” son burla, ironía, sarcasmo, como se muestra en los siguientes ejemplos:

Imagen 26.

Fuente: Memes U. Nacional



En la imagen se muestra con burla como quien publica sugiere la preferencia por los paros frente a las evaluaciones, ya que, debido a los paros, los parciales se aplazan o se cancelan, y con una descripción “porros, paros, ¿polas?”, se puede entender que los estudiantes no están tan interesados por las motivaciones y repertorio político del paro, sino porque se traduce en un alto a las responsabilidades académicas, mostrando poco compromiso académico.

Por otro lado, el meme funciona y causa gracia debido a que en la imagen se hace un juego de palabras con el texto, ya que las palabras “paro” y “parciales”, y la de la descripción “porros”, polas”, empiezan por la letra “p”; donde se puede intuir como que el paro es una época de descanso para los estudiantes.

Imagen 27.

Fuente: Memes UdeA



Como segundo ejemplo de esta categoría, se encuentra la imagen 27 que es un pantallazo de la cuenta de Twitter de la misma página universitaria de Facebook, lo que nos puede dar una idea que el contenido que se crea para Memes UdeA es el mismo que se comparte en ambas redes sociales de la página. Con sarcasmo se da a

entender que hay una jerarquía entre estudiar en la Institución Universitaria Instituto Técnico Metropolitano (ITM) y UdeA, haciendo referencia a que esta última es mejor que la primera; del mismo modo, si alguien estudia en la ITM no tiene el derecho a creerse más y con el pie

de foto “no mor, te veo mal ahí”, lo confirma. Con lo anterior se asigna un estatus a quien estudia en cada una de estas instituciones, así como la perspectiva del futuro que tendrá cuando se gradúe, pues sugiere que dependiendo de cuál la institución de educación superior le titule, tendrá más prestigio.

Imagen 28.

Fuente: Memes Unicauca



Una última publicación ilustra cómo se promueven estereotipos sobre algunas carreras en estas páginas universitarias de Facebook. En una de ellas, por ejemplo, mediante la burla se señala a los estudiantes de medicina se los toma como personas presumidas, con lo que se identifica que existen rivalidades

entre los universitarios tanto entre instituciones como entre programas académicos. En el ejemplo, quienes estudian medicina se le acusa de pretender un estatus de superioridad.

La página de memes de Facebook que más hace referencia a estereotipos de carreras es la de Memes Unicauca, dentro de los más comunes según los memes publicados está el de que los estudiantes de ingeniería civil no socializan con las demás carreras al sentirse superiores, con la excepción de las situaciones en las que hay consumo de licor. Por otro lado, el programa de Turismo se cataloga como aquella que no sirve para nada y que lo estudian aquellos con bajo coeficiente intelectual porque la carga académica es casi nula; en el mismo sentido se muestra a los estudiantes de filosofía, pero además como personas adictas a las sustancias psicoactivas y que no tienen aseo personal.

Los estereotipos que se muestran promueven la estigmatización por parte de unos estudiantes hacia otros universitarios y la creación y asunción de escalas jerárquicas de superioridad o menor importancia entre ellos, bien sea por su pertenencia a una institución, o por el programa académico que cursan.

Personajes de la Categoría III | Relaciones Interuniversitarias.

Para observar algunos personajes que tiene esta categoría tenemos los siguientes ejemplos:

Imagen 29.

Fuente: Memes UdeA



Uno de los personajes clave en esta imagen son los llamados “encapuchados”, personaje anónimo cuya identidad se oculta tras una capucha que les cubre el rostro.

Dentro de la comparación que se hace en el meme entre el colegio y la universidad se puede interpretar un sentido implícito que indica que,

en la universidad los jóvenes tienen que ser más fuertes, enfrentar situaciones más complejas, (más “maduras”) como la de encapucharse para salir a defender sus derechos. También a manera de burla da a entender que los encapuchados son los que dan la inducción. Por la fecha de publicación puede aludir a las marchas debido a que los encapuchados salen más que todo en la realización de estas.

En cuanto a los personajes dentro de la categoría relaciones interuniversitarias sobresalen tres opciones. En primer lugar, la de “No hay personaje” con un 29,1%, referida a todas aquellas publicaciones que solo están compuestas con texto y no tienen imagen o video que muestre algún personaje visible, como en los ejemplos expuestos previamente, imágenes 16 y 17. Por otro lado, está la opción de “personajes del cine” con 20,0%; aquí se toman personajes o escenas de diferentes películas y mediante el texto se cambia el contexto original, modificándolo y adaptándolo al que el creador del meme necesite, como se puede observar a continuación:

Imagen 30.

Fuente: Memes Unicauca



En este meme, se toma la imagen de tres momentos de una escena de la película *Cars* y mediante el texto se adapta a lo que se quiere expresar, esto es, que la carga académica a veces suele tornarse pesada y aunque los estudiantes son conscientes de que deben cumplir con su deber, deciden distraerse con internet, por ejemplo, con los memes. Del mismo

modo se puede notar un descuido por parte de los estudiantes, que se representan con el personaje Mate, en relación con la vida académica. La fuerza del mensaje en este meme radica en el texto, por lo que el personaje se puede remplazar por otro que esté realizando una acción similar a la del personaje de *Cars* e igual funcionaría.

En tercer lugar, está el personaje “ciudadanos” con un 16,4% donde se presentan imágenes de personas del común, anónimas, en diferentes acciones que, mediante el uso del texto son situados en un contexto universitario o que tienen relación con este, como en el siguiente ejemplo:

Imagen 31.

Fuente: Memes U. Nacional



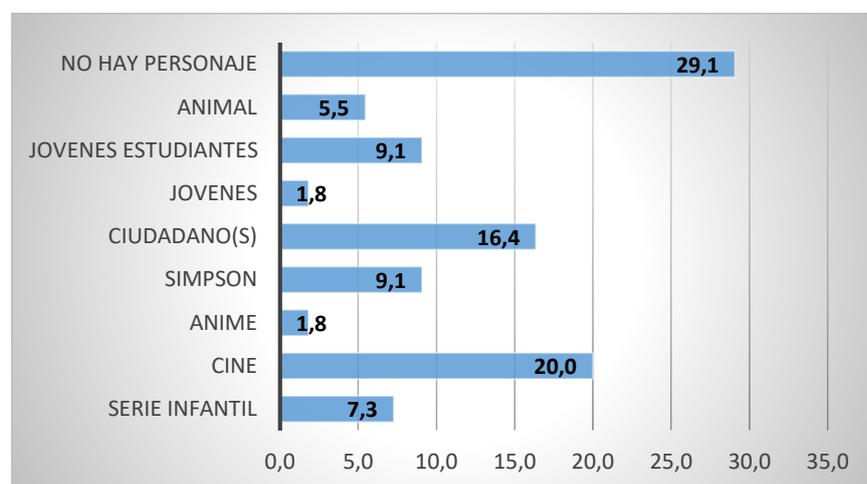
En esta imagen con ironía expresa que, en las universidades públicas del país, el semestre se tuvo que alargar por el paro estudiantil, extendiendo su fecha de cierre más allá del calendario establecido. Entonces hace referencia que mientras todos están viviendo el año 2020, los estudiantes de estas instituciones están atrasados, cursando semestres correspondientes al año 2019; con ello se identifica una

percepción negativa de las consecuencias del paro, por retrasar el proceso educativo. La expresión del personaje que aparece en la imagen es la que le da fuerza al meme y el sentimiento de cómo se sienten frente a lo que se muestra en el texto. En este ejemplo la imagen complementa el texto dando mayor sentido de inconformidad.

Con los anteriores tres ejemplos se puede notar que el manejo del texto en los memes es algo importante ya que, con este se puede cambiar de contexto y adaptarlo al que se desea, como lo expresa Walter Marulanda (2021), “Los memes son mensajes incompletos hasta tanto no se expresen mediante la palabra escrita” (p, 32). No obstante, es preciso aclarar que la afirmación del autor se valida con la imagen fija debido a que con las imágenes en movimiento (videos), no se hace adaptación mediante “la palabra escrita”, sino con la modificación del audio original del video, para cambiar hacia el contexto deseado. Así, se puede afirmar que dependiendo de su formato y de sus requerimientos de adaptación o recontextualización, cada meme se complementa con texto, o audio. Por otro lado, hay memes donde la imagen toma fuerza y es la que le da sentido a la idea que quiere mostrar y apoya al texto, como en ejemplo 31.

Gráfico 12.

Distribución de personajes, categoría relaciones interuniversitarias



Fuente: creación propia.

Llama la atención al analizar el gráfico, que las dos opciones de personajes “jóvenes” (en general) y “jóvenes estudiantes” están entre las más bajas frecuencias, con 1,8% y 9,1% respectivamente, frente a “sin personaje”, “personaje del cine” o “gente del común”, mencionadas en los ejemplos. Siendo una categoría que habla de la universidad y las relaciones que se tejen dentro de ellas y con otras instituciones de educación superior, se esperaba hallar que la presencia de personajes “jóvenes” o de “jóvenes estudiantes” debería ser de los más altos.

Aunque después de cine, otro con más frecuencia es el personaje de ciudadanos, al incluir a personas del común que responden a esta cualidad, por lo tanto, son personas con las que los espectadores se sienten más identificados y generan más cercanía, al parecer porque se muestran en situaciones cotidianas y recurrentes que hacen que los usuarios sientan un vínculo y afinidad más fuerte con el personaje.

Interacciones del Capítulo III | Relaciones Interuniversitarias.

Al analizar las tres páginas universitarias de memes encontramos que algunos de las publicaciones de esta categoría tienen la mayor interacción de todo el contenido analizado, las cuales pasan las mil interacciones, otras las dos mil y una que tiene más de siete mil, siendo esta última el meme con más interacciones de todo el contenido analizado. A continuación, se ilustrarán algunas de estos.

Imagen 32.

Fuente: Memes U. Nacional



Este meme con ironía nos refiere a las diferentes maneras o metodologías que las instituciones de educación superior tienen para instruir o educar a los estudiantes, donde en algunas estos tienen más facilidad y en otras deben aprender por ellos mismos, como se muestra en la imagen donde lanza el polluelo, lo cual también hace creer que unas universidades son relajadas por ende hay unas que son mejores que otras. Por otro lado este meme tiene un rango de interacciones alto, debido a que tiene 2.594 en total, lo que nos demuestra que tuvo una buena acogida por parte de los seguidores de la página de memes U.Nacional. Se puede deducir que las interacciones que tuvo fue porque en el meme se muestran jerarquías y al reflejar superioridad, da pie para burlarse de los que se consideran inferiores.

Imagen 33.

Fuente: Memes UdeA



En este segundo ejemplo de memes UdeA, a manera de sarcasmo está diciendo que las oportunidades laborales que se ofrecen después de la universidad son mínimas y que no hay trabajo por más que estudies. Del mismo modo, se puede leer una realidad del país donde no hay oportunidades laborales, también se puede deducir una resignación por el desempleo que les espera cuando se gradúen. Por medio de la palabra en inglés *sad* (triste en español) que aparece como descripción de la imagen da a entender que esa situación puede generar desmotivación en quien estudia. Por otro lado, este meme tiene 2.058 interacciones, que se encuentra entre los memes con más interacciones.

Imagen 34.

Fuente: Memes Unicauca



Con burla se muestra la reacción de una profesora de inglés al escuchar la mala pronunciación del estudiante. Con la expresión del rostro de la imagen hacen ver como si las profesoras fueran de mal genio, estigmatizándolas como gruñonas. Por otro lado, teniendo en cuenta la expresión facial y pregunta que acompaña la imagen “profe, ¿Qué tal mi pronunciación en inglés?”, se observa lo poco empática que puede ser con los estudiantes que no pronuncian de la mejor manera. También por el número tan alto de reacciones, 7.410, siendo este meme el que más reacciones tiene de todo el contenido revisado, se asume que es una situación con la que muchos(as) se sienten identificados(as).

Esta categoría tiene contenido con mayores interacciones en comparación con las otras, que pasan las mil y otras publicaciones las dos mil. Del mismo modo, la página universitaria de memes dentro de esta categoría que tiene mayores interacciones es la de Memes Unicauca, en segundo lugar, Memes U.Nacional y por último Memes UdeA. Se piensa que esta categoría tiene más interacciones debido a que los contenidos y temas tienen más cercanía con el día a

día de un estudiante y verse reflejado en lo que las publicaciones referencian, de la misma manera, aquellas situaciones están representadas con burla, lo que puede generar más acogida, lo que se refleja en interacciones.

Esta categoría llamada “relaciones interuniversitarias” se toca la vida en la universidad y algunas relaciones que se tienen entre universidades o estudiantes universitarios; lo que nos lleva a pensar que las personas de la universidad siendo una población joven, con una mentalidad que se supone va con los cambios del entorno, de los contextos, perspectivas, pensamientos y que también están en un proceso de educación, de tener una posición crítica y que además tienen una esperanza por el cambio de la sociedad, validen a través del humor algunas etiquetas, formas de comportarse que se han mantenido desde generaciones pasadas. El punto no es banalizar el humor, pero si tener cuidado que se expresa mediante este que puede llegar a tocar alguna situación por la que esté pasando alguien o un grupo de personas, se dice lo anterior, ya que el *bullying* o matoneo se expresa a través del humor y la burla.

En este capítulo se pueden leer unas tensiones que se ejercen entre universidades, para decidir cuál es la mejor, usando los memes, el humor para burlarse y en algunos casos desprestigiar la calidad y metodología de instituciones de educación superior. También se genera tensiones entre las mismas carreras donde se toma como creídos a los de medicina, para generar burla, porque se cree que es la mejor carrera y los que la estudian. De igual manera, se ve cual es la relación entre los estudiantes y el paro que se hizo en el 2019 para reclamar derechos, si los estudiantes se lo tomaban en serio y había un compromiso frente a los acontecimientos o simplemente era una excusa para relajarse.

Capítulo IV. Categoría: Noticias o Promoción.

La web 2.0 ha provocado que los medios de comunicación se desplacen al internet y dentro de este, a las redes sociales, a lo que Flores (2009) dice, “los medios que quieren estar presen-

tes en el mundo de los blogs y las redes sociales, deben saber adaptarse a estos cambios e incorporar dentro de sus estrategias publicitarias, los nuevos códigos de comunicación que emergen con mucha rapidez” (p, 74). Es importante tener en cuenta esto, debido a que las tres páginas universitarias de memes de Facebook observadas en esta investigación, comparten noticias de medios de comunicación que han migrado a la web.

Las comunidades virtuales, como en este caso, las páginas de memes en Facebook de UdeA, U.Nacional y Unicauca, además de publicar o compartir contenido de memes o fotografías, también comparten noticias de diferentes páginas web, entre las que se encuentran las de El Espectador, Canal1, RCN Radio, Publimetro Colombia, Semana y El Colombiano. Dentro de lo observado, vale señalar que entre los medios de comunicación de donde se comparten o toman noticias para hacer memes, no se encuentran medios alternativos.

Por otro lado, estas páginas también toman acontecimientos que han sido noticia en Colombia en dichos medios digitales, para transformarlos en memes. La diferencia entre las dos formas anteriores de recuperar la información periodística, es que, en primera instancia, las páginas de memes de Facebook comparten las noticias de sitios web y en algunos casos hacen un comentario corto al pie de dicha publicación, mientras la segunda forma es partir de las noticias para hacer memes, cuando toman pantallazo de las noticias para que, con un texto y humor sean convertidas en memes.

Imagen 35.



Fuente: Memes U.Nacional

Noticia compartida de un sitio web.

Imagen 36.



Fuente: Memes UdeA

Noticia hecha meme.

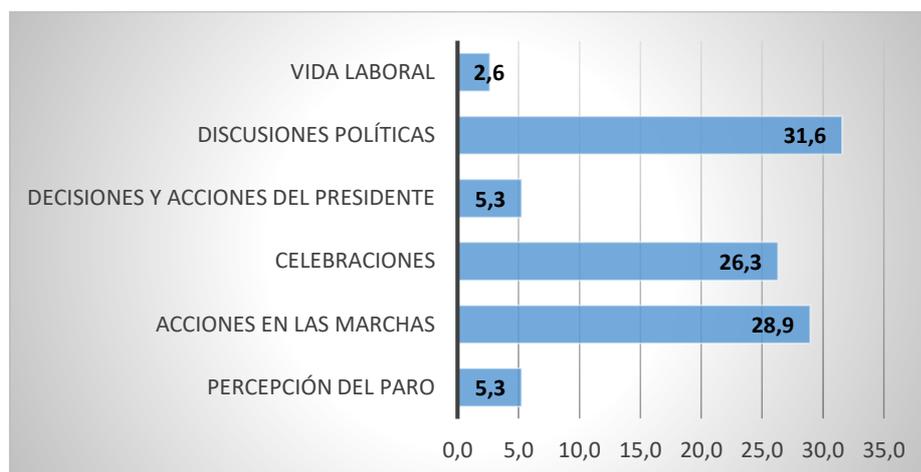
Las noticias que comparten las páginas estudiadas corresponden a lo que estaba pasando en ese momento en el país, como fueron en el periodo revisado: la orden de captura de Daneidy Barrera conocida como “Epa Colombia”; una noticia de un cargamento de cocaína que se había encontrado en una propiedad de la Universidad de Antioquia; el bajo rating de RCN; y la renuncia del ministro de defensa Guillermo Botero. Para poder acceder a la información periodística se debe hacer click sobre un enlace o la imagen de la noticia que, mediante un hipervínculo redirige a la página donde está la noticia. De lo anterior se puede decir que la opción de compartir es importante para que las redes sociales, en este caso Facebook, estén unido a páginas web. También, estas páginas de memes de Facebook están conectadas con lo que pasa en su contexto, por ello, esta categoría es la cuarta con más contenido publicado durante el periodo de observación con un 13,5% en total.

Temas de los Memes de la Categoría IV| Noticias o Promoción.

De otro lado, en torno a los temas que se encuentran dentro de la categoría de Noticias y Publicidad se encontraron seis temas: discusiones políticas, acciones en las marchas, celebraciones, percepción del paro, decisiones y acciones del presidente, y vida laboral. De ellos, los tres que más sobresalen son decisiones políticas con el 31,6%, acciones en las marchas 28,9% y celebraciones con el 26,3%. Dentro de los seis temas que están en esta categoría y que han sido mencionados anteriormente, se esperaba que aparecieran todas aquí o las que hacen referencia a temas políticos, debido a que, como se ha visto en los ejemplos anteriores, dentro de los contenidos están los que se refieren a decisiones políticas como la de Guillermo Botero; por parte de celebraciones están las imágenes que invitan a fiestas y por parte de percepción del paro, están las imágenes que invitan a diferentes actividades, como las reuniones para informarse, tomar decisiones, velatones, marchas de antorchas y plantones.

Gráfico 13.

Distribución de los temas, categoría noticias o promoción



Fuente: producción propia.

Tonos de los Memes Publicados en la Categoría IV| Noticias o Promoción.

Según lo observado, estas páginas de memes de Facebook parten de lo que sucede y con frecuencia de la de información de los medios de comunicación en internet, de lo que está pasando en el país para publicar memes y compartir noticias, recurriendo a la agenda que tienen dichos medios, “cuando se habla de agenda se usa en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas que son considerados por los medios como relevantes pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia” (Rodríguez, 2001, p. 20). No obstante, cabe comentar que, en lo observado en estas páginas universitarias de memes, cuando se comparten las noticias, en el encabezado de la publicación, tienden a escribir una reflexión u opinión en relación con lo que se dice en la noticia, ya sea de manera negativa o positiva. Un ejemplo de ello es el siguiente:

Imagen 37.

Fuente: Memes UdeA



Esta publicación ha sido re posteada del Canal de noticias 1. En el encabezado de esta publicación es “más conchudo donde se quedará esa gonorrea”, se puede ver inconformidad, no porque Guillermo Botero renuncie al cargo, sino porque existe la posibilidad de que termine en otro cargo, con la expresión “donde se quedará”. Por otro lado, con la palabra “gonorrea” se expresa claramente el disgusto hacia el entonces ministro de defensa y se evidencia que los productores de contenido y seguidores de esta

página están en desacuerdo con las políticas y el accionar del gobierno de turno, al violentar la vida. Por otro lado, deja ver como esta página universitaria de memes está publicando una noticia de un canal nacional respondiendo a la agenda de contenidos propia que tiene, en este caso del Canal1.

Imagen 38.

Fuente: Memes UdeA



En esta publicación el encabezado dice: “Paloma Valencia tiene miedo de lo que está saliendo a la luz con JEP y quiere enlodar el nombre de nuestra institución con noticias viejas que ya fueron aclaradas por el rector anterior”. Con este enunciado se da a entender que la noticia además de ser vieja, está siendo usada por la

senadora Paloma Valencia como cortina de humo para tratar de poner sobre la opinión pública otro tema diferente al de la JEP. También se ve la intención de dejar el nombre de la Universidad de Antioquia de la mejor manera, desmintiendo lo que se publicó, siendo un juego de poderes en el que ambos bandos quieren limpiar su nombre, pero evidentemente se apoya a la institución educativa. Este caso, evidentemente se relaciona con las *fake news* o

noticias falsas y se puede decir que con las nuevas tecnologías “cualquiera desde su ordenador personal, con aplicaciones incluso gratuitas, pueda elaborar una información otorgándole apariencia de creíble sin ser cierta” (Aránzazu, p. 386). En este caso, Paloma Valencia a través de su Twitter comparte la noticia y al ser ella una figura pública de la política de Colombia la hace ver como si fuera actual. Lo anterior puede generar incertidumbre, confundir o incluso pretender convencer a las audiencias de la información publicada. “El subconsciente tiende a confundir apariencia de verdad con verdad y quienes tienen algún interés en difundir información falsa, lo tienen muy fácil” (Román, 2011, p. 386).

Aunque estas páginas comparten noticias de las versiones digitales de los medios tradicionales, tratan de imprimir así sea de manera breve, su posición respecto de ellas y de paso el por qué las están compartiendo. Tal vez estas comunidades no tienen una producción de noticias propia debido a que el sentido de estas páginas de Facebook, es el de compartir memes como contenido central.

En otros casos, las páginas estudiadas toman las noticias, les agregan alguna oración y con ayuda de una fotografía de alguna serie o película, la convierten en un meme. De este modo, al igual que el pie de foto, con una carga de humor el meme que se ha creado hace una crítica visual de lo que se muestra.

Imagen 39.

Fuente: Memes UdeA



En la siguiente publicación se puede ver cómo RCN está en crisis por bajo rating y Canal Caracol no lo está, por lo que está un sujeto golpeando a otro que simula ser este último canal televisivo, por la razón de no ser como el primero. Mediante este meme se quiere dar a entender con burla que sería bueno si el Canal Caracol estuviera en crisis por bajo rating, debido a que estos canales son señalados como

desinformativos y que favorecen a cierto sector político, denotando enojo porque esto no

pasa. Además, se puede decir que es una forma de expresar apoyo a otras páginas que brindan información, las cuales en momento del paro tuvieron que transmitir la información desde otra realidad, porque los medios tradicionales al pretender mantener el statu quo desmeritaban el paro.

Imagen 40.

Fuente: Memes U.Nacional



Dentro de esta categoría también se encuentra el contenido que hace referencia a noticias internacionales, como la situación política de Bolivia con el expresidente Evo Morales, quien pertenece al partido Movimiento al Socialismo y quien duró en el poder casi 14 años y renunció a la presidencia de Bolivia en el 2019, después de anunciar que su renuncia es forzada por un golpe de estado (BBC, 2020). Entonces se usa la burla en la imagen para hacer referencia

a que le faltó un poco de mano dura y corrupción para continuar con la presidencia, como lo hizo el presidente de Venezuela, Nicolás Maduro. Con ello se puede decir que en Latinoamérica cuando un gobierno continúa, es por corrupción y no por sus buenas acciones, siendo la risa un recurso para sobre llevar los sucesos de infortunio que suceden diariamente.

Imagen 41.

Fuente: Memes U.Nacional



En el periodo observado, otro ejemplo que se presenta de noticias internacionales replicadas y adaptadas al contenido de memes, es la relación entre Corea del Norte y Estados Unidos. Entonces a manera de sarcasmo, involucrando la idea de que se trata de un juego, este meme refleja las disputas que tiene Estados Unidos con Corea del Norte y la posibilidad de una guerra nuclear entre

estos países. También lo que causa gracia en la foto del presidente de Corea del Norte con la

expresión de llanto como si tuviera miedo de su potencial contrincante. El texto que acompaña la imagen y dice: “Cuando Estados Unidos consigue un nuevo amigo”, se puede tomar como si no fuera la primera vez que este el EEUU tiene relaciones tensas con otro país, y con lo que completa la anterior frase “para jugar a las guerras nucleares”, se intuye que en el meme se toma como algo serio, ya que hace referencia a una guerra nuclear, lo que puede generar un daño a largo plazo para los seres vivos, lo anterior reflejado con sarcasmo.

De otro lado, con las observaciones hechas sobre el contenido de las páginas universitarias de memes en Facebook, se ha visto que en estas comunidades virtuales también hay fotografías y afiches que promocionan eventos como fiestas en discotecas y relacionadas con algunas actividades que se realizaron por el paro nacional del 2019, así como publicaciones que publicitan conciertos. Algunos de dichos afiches de eventos pueden ser elaborados como la imagen 42 y 43 o sencillas con solo texto, como la imagen 44.

Imagen 42.



Fuente: memes Unicauca

Imagen 43.



Fuente: memes UdeA

Imagen 44.



Fuente: memes UdeA

También hay imágenes consistentes en fotografías que promueven una persona, o actividad; ejemplo de ello es una publicación que compartió Memes Unicauca de la página de Facebook, originada en el medio de comunicación Valle Al Día, donde se hace una recomendación para que los lectores le compren los productos del campo a la persona que aparece en la siguiente imagen.

Imagen 45.

Fuente: memes Unicauca.



Con este último ejemplo, se ilustra que en la página de memes Unicauca no solo se encuentran memes, sino que también se hace promoción, para que las personas apoyen a otras personas, en este caso productos del campo de Colombia y no importa que se encuentren en una ciudad diferente, en este caso en Cali.

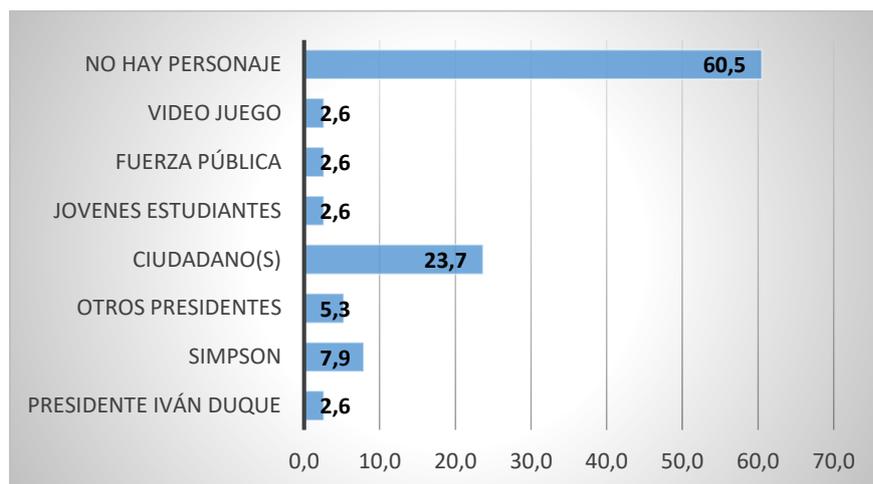
Se piensa que la promoción que se hace en estas comunidades es de manera orgánica debido a que estas páginas no cobran para pautar, ya que como dicen en sus perfiles, son comunidades sin ánimo de lucro. La publicidad orgánica es un concepto que se refiere al hecho de que se aprovechan las herramientas que las redes sociales ofrecen para crear comunidades y a través de estas poder interactuar, compartir mensajes, sin pagar por ella (Ivars. 2020). Dichos mensajes en este caso son las imágenes o texto de los diferentes eventos ya mencionados.

Personajes de los Memes de la Categoría IV| Noticias o Promoción.

Dentro de esta categoría podemos encontrar ocho **tipos de personajes**: presidente Iván Duque, los Simpson, otros presidentes, ciudadanos, jóvenes estudiantes, fuerza pública, video juego y “no hay personaje”. Entre ellos, en términos de la frecuencia de uso en el corpus, se destacan los memes en que “no hay personaje” con un 60,5% del total en la categoría. Para entender la proporción tan alta, es preciso tener en cuenta que las publicaciones que se hicieron en el periodo de estudio, fueron en su mayoría publicidad invitando a diferentes actividades las cuales están compuestas por solo texto. La otra opción de tipo de personaje que se destaca por su aparición en la categoría de Noticias o promoción, es la de ciudadanos, con el 23,7 % de las publicaciones.

Gráfico 14.

Distribución de personajes, categoría noticias o promoción



Fuente: producción propia.

Algunos ejemplos de tipo de personajes categoría noticias o publicidad son los siguientes:

mediante la noticia, donde se muestra a algunos ciudadanos, se hace un meme sarcástico, que denota una carga de xenofobia hacia los venezolanos, ya que sugiere que, ante el retorno a su país, es el momento apropiado de construir un muro como en Estados Unidos para que no puedan atravesar la frontera con Colombia de regreso. En el meme también aparece la cara de Jorge Robledo, lo que lleva a pensar que es por las cosas que dijo en un video y también por lo que aparece en su página web Jorgerobledo.com (2019) donde señala que:

“La crisis venezolana está afectando negativamente a Colombia. El pueblo de la frontera ha sufrido lo indecible. El número de inmigrantes venezolanos también afecta nuestra realidad. Y ojo, si por cualquier detonante, que ojalá no suceda, Venezuela se llega a incendiar, el riesgo de que Colombia también se incendie es muy alto”.

Con esto último, hace pensar que si no hubiese tantos inmigrantes venezolanos la situación en Colombia sería diferente, lo que también refuerza la idea del meme de crear un muro.

Imagen 46.

Fuente: memes Unicauca.



Algo curioso es que cuando hablamos de tipos de personajes incluidos en los memes, como el caso de la opción “Presidente Iván Duque”, este tema es común entre esta categoría noticias o publicidad, y también en la siguiente, que es gobierno nacional, ya sea que el tema se presente a manera de noticia compartida o con memes. Con ello podemos decir que Iván Duque, al ser un personaje público y por su cargo, tiene mayor visibilidad y aparece en más de una de las categorías que se construyeron en esta investigación. En esta categoría aparece como personaje cuando hace parte de una noticia y se evidencia que lo que se ha publicado en la página universitaria corresponde a algo emitido en un medio de comunicación tradicional. En este ejemplo, también se puede notar xenofobia hacia los ciudadanos venezolanos y del mismo modo, un deseo por que ellos vuelvan a su país y no regresen a Colombia. También en el meme se puede observar una solución para que no puedan regresar, y es hacer un muro, algo similar a lo que hizo Estados Unidos en la frontera con México.

Del mismo modo, debe señalarse que parte de los contenidos que componen esta categoría que es promoción, comparte temas con la categoría de paro estudiantil, debido a que, mediante anuncios, ya sea una imagen o solo texto, se promociona para que dicho anuncio llegue a muchas personas y con ello que la asistencia a las actividades a las que se esté convocando siendo lo más común la invitación a fiestas universitarias, también para que la información le llegue a un mayor número de personas y con ello asegurar mayor asistencia a eventos y actividades, debido a que estas páginas tienen más de 90.000 seguidores.

Interacciones Derivadas de los Memes Publicados en la Categoría IV| Noticias o Promoción.

Imagen 47.

Fuente: Memes Unicauca



Una de las publicaciones con más interacciones dentro de esta categoría, corresponde a una noticia de la Revista Semana que ha sido replicada en la página de Memes Unicauca con 1.278 interacciones, en la que la fiscalía solicita la captura de Daneidys Barrera por actos de vandalismo en las estaciones del Transmilenio, cometidos durante las movilizaciones. Con el comentario que hace la cuenta de Memes Unicauca de esta noticia: “y esta rosa?”, se puede notar que está de acuerdo con

la decisión de tomar medidas legales frente a Daneidys Barrera por los daños que causó en el Transmilenio, del mismo modo, también se puede decir que no están desacuerdo con algunos actos de vandalismo que se presentan en las movilizaciones.

La gran cantidad de interacciones se debe a que dentro de la Universidad pública se rechazan los actos vandálicos, porque desprestigian la marcha que tiene un fin pacífico y se comparte esta noticia a modo de reclamar justicia, porque este tipo de actos permitían que se justificara el exceso de fuerza por parte de la fuerza pública, aún más cuando Barrera publicó los hechos en sus redes sociales, considerándose una figura pública.

Imagen 48.

Fuente: Memes U.Nacional



Otra de las publicaciones con mayor interacción de 1.360 reacciones es de la página de Memes U. Nacional, la cual de manera irónica hace referencia que a veces para buscar soluciones hay que pensar de manera medieval. También se puede deducir que se están dando ideas a los manifestantes de cómo actuar frente a una re-

presión de la fuerza pública, mostrando claramente su postura política de apoyo al paro y a los manifestantes. El meme con más interacción dentro de esta categoría tiene 3.003 reacciones y fue publicado en la página de Memes U. Nacional.

Imagen 49.

Fuente: Memes U.Nacional



Es una imagen en la que se ha puesto una imagen del juego Gta en la que el personaje expresa “oh shit, here we go again”, que en español traduciría “Oh mierda, aquí vamos de nuevo”, y se relaciona con la tercera guerra mundial. Es una burla por la edad de la reina Isabel y algunos acontecimientos mundiales que ha vivido, en la imagen refiere que la reina Isabel estará en otra posible guerra mundial lo que la hace unas personas con muchos años de edad y

que tendrá una época poco agradable. La acogida se debe a la expresión del personaje que es icónica del video juego, que tiene muchos usuarios y la relación que puede tener el poder reiniciar el juego cuantas veces se quiera, con los años que puede llevar una persona en el poder, en este caso la reina que va a empezar de nuevo otra ronda.

Capítulo V. Categoría: Gobierno Nacional y Política Internacional.

Con el surgimiento del internet, muchas de las situaciones cotidianas se digitalizaron permitiendo la interconectividad con miles de personas, estableciendo relaciones mediadas por la pantalla. Así mismo para captar más públicos y sobrevivir a la nueva era de la digitalización los gobiernos empezaron a usar este recurso para llevar a cabo su trabajo dando origen a lo que Cotarelo (2013) define como ciberpolítica.

“La ciberpolítica se refiere entonces a nuevas formas de interacción entre el gobierno y los ciudadanos, entre éstos y los partidos políticos, entre las empresas y los órganos legislativos, entre ciudadanos de un régimen político y entre

ciudadanos del mundo. La actividad política que se suscita en el ciberespacio permite que las instituciones, entidades y personas se interrelacionan más estrechamente sin importar la distancia material que exista de unos a otros. En el caso del gobierno digital, por ejemplo, actualmente es fácil advertir la incorporación de sistemas electrónicos para facilitar trámites a la ciudadanía o para favorecer el escrutinio sobre el desempeño de la administración pública. Los recursos tecnológicos, de hecho, han resultado de enorme utilidad en los esfuerzos de transparencia y rendición de cuentas en distintos países durante los últimos años” (p. 292).

Partiendo de lo anterior, consideramos que la ciberpolítica se puede identificar en los resultados del presente trabajo, ya que claramente estas tres páginas universitarias de memes de Facebook mediante sus contenidos visibilizan y opinan sobre lo que está pasando políticamente en el país o en el exterior, es decir que estos espacios virtuales tocan temas políticos mediante imágenes conocidas como memes, con las características que estos tienen, en especial el humor. Del mismo modo las personas que siguen estas páginas de memes tienen la opción de generar una interacción por medio de una reacción, comentario o compartir donde pueden demostrar cuál es su posición frente a lo publicado, es decir, algunos temas políticos pasan a nuevos espacios virtuales, expresados de otras formas a las convencionales como lo son los memes.

Por otro lado, estas comunidades virtuales al publicar memes y/o noticias de otros sitios web amplían la posibilidad que más personas se enteren de lo que sucede en Colombia y en otras partes del mundo.

Dentro de las publicaciones encontradas, las que menos representaciones tienen en cuanto al número de memes presentes, son las categorizadas como Gobierno Nacional y política internacional, aún con la importancia que tienen las decisiones de las personas que estaban en diferentes cargos del gobierno nacional en el lapso de investigación, sobre todo por la coyuntura del paro nacional.

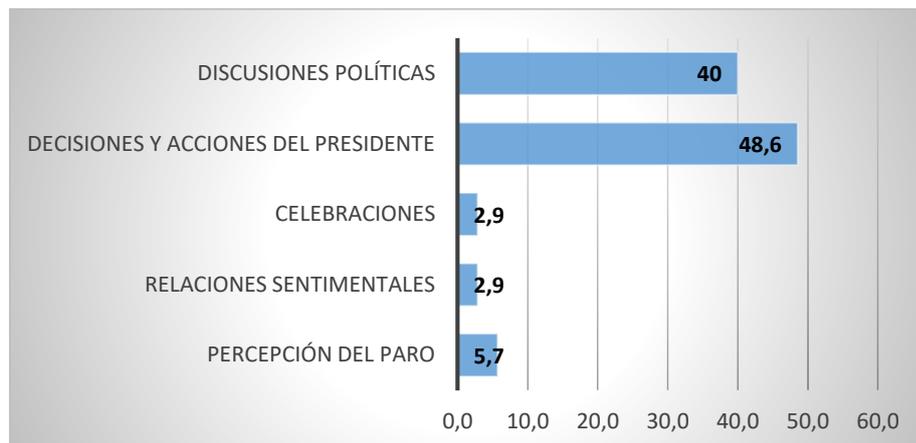
Temas de la Categoría V| Gobierno nacional y Política internacional

Analizando el gráfico 15, los temas que más se destacan en esta categoría son decisiones y acciones del presidente Iván Duque y discusiones políticas con un 48,6% de frecuencia y 40% respectivamente, lo que era de esperarse al ser el gobierno el objeto de estudio dentro de esta categoría.

La percepción del paro, pero esta vez en la manera en que se veía influenciado por el accionar de los actores gubernamentales tuvo un 5.7% de frecuencia. Por último, las relaciones sentimentales y las celebraciones aparecieron en un 2.9% de las publicaciones, dejando por fuera todos los demás originalmente planteados en la clasificación, los cuales corresponden a: Acciones en las marchas, Coronavirus, Sustancias psicoactivas y alcohol, Relación profesor-estudiante, Sucesos naturales, Inseguridad, Amigos y familia, Cultura colombiana, Percepción de la universidad, Estereotipo de las carreras, Vida laboral, Clases educativas.

Gráfico 15.

Distribución de temas, categoría gobierno nacional



Fuente: producción propia.

Las decisiones del gobierno generan diferentes reacciones en la población y entre ellas los comentarios que hacen cuando comparten algún contenido y los memes que se publican en las tres páginas de memes de Facebook analizadas para expresar cuál es su posición frente a alguna situación. Para ilustrar lo dicho se tienen los siguientes ejemplos:

Imagen 50.

Fuente: Memes U.Nacional



Este meme parte de una masacre que sucedió en la serie Naruto, y con ironía, hace una analogía con el bombardeo en un campamento de la guerrilla en el que murieron 8 menores de edad en San Vicente de Caguán. En este meme sale la respuesta que dio el presidente Iván Duque a la pregunta de un periodista en torno a los hechos, “¿de qué me hablas viejo?”, la cual generó rechazo entre muchos ciudadanos, al estimarse una respuesta evasiva frente a la responsabilidad gubernamental por lo sucedido. Por otro lado, la descripción que acompaña la imagen es “jajaja...” hace

muchos ciudadanos, al estimarse una respuesta evasiva frente a la responsabilidad gubernamental por lo sucedido. Por otro lado, la descripción que acompaña la imagen es “jajaja...” hace

pensar que se toma una posición de burla frente a la respuesta de Iván Duque y la analogía que se hace.

Aun siendo un tema que generaba rechazo en las personas, al ser la vida de unos niños la que se veía violentada, las pocas reacciones reflejan que el meme quizá no se entendió en su totalidad, al no conocer el referente del tercer Hokage.

También dentro de los temas hay memes que se publicaron en las páginas universitarias de Facebook que hacen referencia a: a) las decisiones del gobierno respecto al paro, b) la situación del país y c) el discurso de los gobernantes, especialmente del presidente Iván Duque.

Imagen 51.

Fuente: Memes Unicauca



Dentro de los memes publicados, la tendencia es a que se muestre a las personas que Iván Duque designa en cargos como basura como se muestra en la imagen 51, donde se puede inferir que el presidente no tiene la capacidad para escoger personas que estén aptas para un cargo, en este caso Ministro de defensa porque

siempre busca favorecer intereses propios. Este meme también puede mostrar el descontento y un llamado a que los ciudadanos escojan un mejor presidente, porque las consecuencias de las elecciones se ven reflejadas en los paros.

Además, también se hacen críticas con las cuales se reflexiona sobre cómo el gobierno busca censurar la movilización, bien sea con los toques de queda o con el accionar del ESMAD, donde el presidente de la república le da autorización a alcaldes y gobernadores de mantener el orden, a través de toques de queda, ley seca y la prohibición de portes de armas (Portafolio, 2019). Por otro lado, el presidente también militarizó algunas zonas del país, como Bogotá, donde ordenó el despliegue de patrullas mixtas con policía y ejército nacional (El País, 2019).

Los medios tradicionales Caracol se veían a favor del gobierno porque pretendían desprestigiar las movilizaciones, por ejemplo, al manifestar que los manifestantes donde resultaron heridos o que perdían la vida era por estar generando caos y que la fuerza pública solo cumplía con su labor, esto se ve evidenciado en titulares y las noticias que mostraban lo negativo, como los siguientes: “disturbios y bloqueos durante protestas”, donde se mostraba encapuchados tumbando un semáforo con una soga; “Choques en la universidad del Valle”, aquí se mostraba estaciones y buses del MIO como objeto de vandalismo; también noticias donde decían que los bloqueos, disturbios y saqueos eran los protagonistas del paro nacional, donde algunos establecimientos de comercio eran robados (Noticias Caracol, 2019). Es por ello que estas páginas sirvieron como ventana para mostrar otra perspectiva y las estrategias que usaban para no dejarla fluir.

Imagen 52.

Fuente: Memes U. Nacional



Esta imagen de la página de memes U.Nacional toma de ejemplo el toque de queda de las elecciones presidenciales de 1970 con el del paro nacional del 2019 para dar a entender que, en ese entonces se robaron las elecciones de Rojas Pinilla y ahora se pueden robar los derechos por los que se salió a las calles a movilizarse. La crítica se hace para que los ciudadanos hagan conciencia de la manera en la que el gobierno actúa, para dispersar la manifestación y así empezar a diluir poco a poco el paro, ya que los manifestantes son conscientes de que el otro bando busca derrotarlos.

También, entre los manifestantes se creó una red de apoyo que buscaba el bienestar común y es por ello que también se informaba sobre rutas para evitar los ataques de la fuerza pública, pero también a actuar frente a las políticas sobre todo del presidente y del Congreso.

Tonos de la Categoría V | Gobierno nacional y Política internacional

De otro lado, se revisaron los distintos tonos identificados en cada una de las páginas que se clasificaron en: burla, crítica, sarcasmo, exigencia, reclamo, informativo, estigma, ironía. De las cuales, en los tonos de burla y crítica en la categoría Gobierno Nacional tuvieron un total de 25,7%, del total de los memes dentro de esta categoría, otro de los más altos fue sarcasmo con el 20% de las publicaciones de la categoría.

Imagen 53.

Fuente: Memes Unicauca



Este meme quiere decir que, al igual que los niños, los adultos también creen en las mentiras, pero en el caso de los adultos es en los políticos. Se puede deducir que en la Universidad no se apoya a la derecha con esta publicación. Entonces es una burla por cómo los adultos son ingenuos al creer en Álvaro Uribe, un político que se sigue considerando un peligro para los derechos y la dignidad de las personas. También se puede ver que el meme es de la cuenta de Twitter de memes U.Nacional, pero la Página de memes Unicauca lo ha compartido, lo que quiere decir que memes Unicauca opina lo mismo que la página de memes U.Nacional al competir dicha publicación. Por parte del tono de crítica se tiene el siguiente ejemplo:

Imagen 54.

Fuente: Memes U.Nacional



El meme hace una crítica a las acciones que el presidente Iván Duque ha tomado frente a la oleada de violencia que se está viviendo en algunas partes del país. Este meme se centra especialmente en Bojayá.

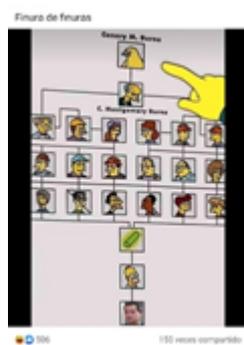
Uno de los textos del meme dice “desigualdad, violencia, pobreza y abandono estatal” y muestran que la solución de Iván Duque es regalar dulces, dando a

entender que las soluciones que presenta el presidente no son las más adecuadas, pretendiendo manejar una buena imagen frente a los medios de comunicación para ocultar su responsabilidad en hechos de gran gravedad.

Con respecto a Política Internacional se observó que, en el tono de burla tuvo un 66,7% y en el tono de crítica un 33,3% del total de las publicaciones de esta categoría y los demás tonos están en 0%. Los porcentajes tan altos de Política internacional es debido a que fueron muy pocas las publicaciones que hubo que hicieran referencia a esta, por lo que el total de contenido que hablara de Política Internacional se dividió solo en esos dos tonos.

Imagen 55.

Fuente: Memes U.Nacional



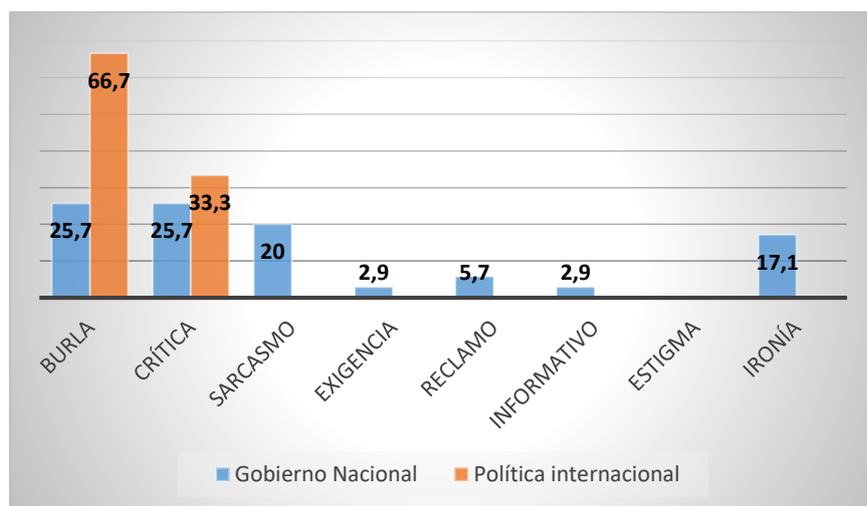
En el meme se hace una comparación de Mr. Burns un personaje de los Simpson con el político Juan Guaidó, para burlarse que el político mencionado “se autoproclamó presidente encargado de Venezuela” (BBC News, 2019) y en los Simpson Mr. Burns pareciera que tiene el poder y fuera quien dirigiera Springfield, sin la aceptación de los habitantes.

La burla es uno de los tonos más altos, como la burla está ligada a la risa y en esta también hay una carga humorística, es por eso que, García (2013), cita a Mijail Bajtin para hablar de la cultura popular de la risa, la cual constituye una resistencia a los valores culturales de clase dominante, a la verdad o ideología de Estado y con ello, constituye una relativización de la veracidad instituida. “El carnaval a través de la festividad implica el entrecruzamiento de voces y cuerpos generando un mundo invertido, donde los/as marginados/as acceden al trono por un día. Se trata de un proceso lúdico en virtud del cual ocurre un desmantelamiento, más o menos explícito, de las jerarquías hegemónicas a través de la parodia y de la risa”.

En segundo lugar, el 12,5% de los tonos de los memes en esta categoría es la ironía, en la que se dice algo pretendiendo que se entienda otra cosa y en muchos casos este juego de palabras es lo que genera humor.

Gráfico 16.

Tonos de la categoría gobierno nacional y política internacional



Fuente: producción propia.

Podemos decir que dentro de esta categoría se observa que, para la producción de contenidos para las páginas universitarias de memes, se usa la agenda de los medios tradicionales para convertirla en meme o para difundirla a modo de crítica. También se puede observar que toca

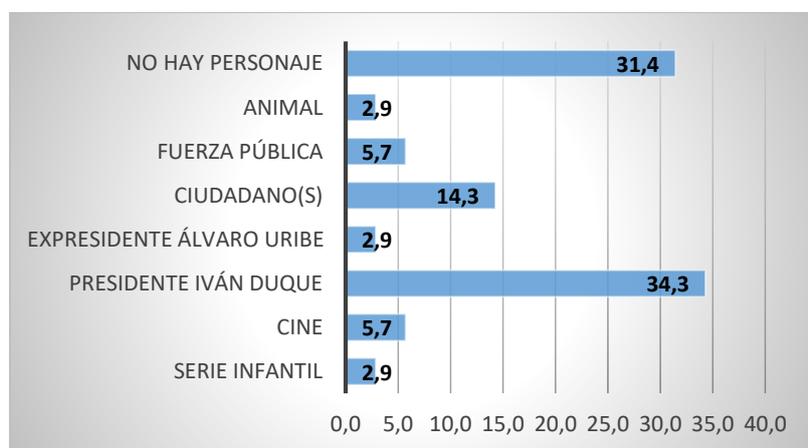
hace referencia a sucesos que suceden en la política a nivel internacional, por lo que se puede decir que este tipo de páginas en sus contenidos compartidos o publicados por ellos mismos, tocan temas que van más allá del país.

Personajes de la Categoría V | Gobierno nacional y Política internacional

En cuanto a **los personajes** que aparecen en las publicaciones de esta categoría, se consideraron originalmente varias opciones para todas las categorías, pero en esta los personajes que no aparecieron fueron: anime, ex Farc, Los Simpson, otros presidentes, jóvenes, jóvenes estudiantes y video juego que no están presentes. De lo contrario, el personaje que más se refirió en esta categoría fue el presidente Iván Duque con el 34,3% de los memes. También aparece el expresidente Álvaro Uribe con 2,9%. Otra cifra alta, es la de la opción: “No hay personaje”, con 31,4%, en este último caso hace referencia que esta está construida con solo texto donde no hay una imagen de un personaje o no se menciona un personaje.

Gráfico 17.

Distribución de personajes, categoría gobierno nacional.



Fuente: producción propia.

Los personajes que más sobresalieron dentro de esta categoría eran los que se esperaban debido que se esperaba que estas páginas de memes universitarias hicieran referencia a personajes que hicieran parte de la política colombiana, como lo son el presidente Iván Duque y el expresidente Álvaro Uribe. También por el lapso que se eligió para el análisis donde el país estaba en movilizaciones y donde había policía, miembros del ESMAD, se esperaba que dentro de los personajes apareciera la opción “Fuerza pública”. Por otro lado, los personajes de series infantiles, cine, ciudadanos y animales, eran usados para hacer referencia a situación o decisiones respecto a la política del país. Como la siguiente imagen:

Imagen 56.

Fuente: Memes U.Nacional



En la siguiente publicación tomada por la página memes U.Nacional de El Espectador, a manera de crítica la caricatura del cerdo representa al presidente Iván Duque y hace alusión al momento en el cual el Ministro de Agricultura firmó una resolución donde permite la pesca de 125 toneladas de tiburón y la comercialización de 5.2 toneladas de aletas de la especie conocida como el tiburón sedoso (La Linterna Azul,

2019). En esta imagen se puede observar un descontento por la decisión que tomó porque atenta contra la fauna marina, por consiguiente, se le ilustra con sangre en un mar y una actitud depredadora por parte del presidente.

El presidente Iván Duque a lo largo de su periodo se ha caracterizado por tener inconsistencias en su discurso, las cuales han sido blanco de burla en redes sociales y originan la creación de gran cantidad de memes. El presidente ha perdido credibilidad donde tan solo el 20% de los ciudadanos lo aprueban según una encuesta de Invamer, aunque esta cifra no es la más baja, ya que, cuando el paro nacional del 2021 estaba en furor la aprobación del presidente era del 18% (Valora Analitik, 2022).

Imagen 57.

Fuente: Memes Unicauca



En el meme a raíz de todas las críticas al Presidente Iván Duque, se le hace una burla con un juego de palabras irónicas que lo muestra como si el presidente no tuviera nada bueno por decir, como si sus aportes fueran sin sentido, ridiculizándolo. También se puede decir que otra de las habilidades del presidente es ser un muy mal chiste.

Interacciones de la Categoría V| Gobierno nacional y Política internacional

En esta categoría se encontraron tres memes que tienen un número de interacciones alto, no tanto como algunas otras categorías como por ejemplo la tercera categoría que tiene el meme con más interacciones. Las interacciones altas son de 2.263, 1.190 y 858, cómo se puede observar solo dos de todas las publicaciones de la presente categoría pasan las mil interacciones.

Imagen 58.

Fuente: Memes U.Nacional



En este meme a manera de burla, presentan el triunfo de Alemania frente Brasil como una humillación y lo relacionan con la humillación que el presidente Nicolás Maduro le dio a Iván Duque, refiriéndose a que esta última fue peor que el triunfo de Alemania frente a Brasil. Entonces la burla radica en que se pensaba que Maduro tenía un bajo coeficiente intelectual y no había alguien peor que él, pero Duque le ganó por lo que planteaba en su discurso. Por lo que Duque se convirtió en un objeto de burla constante, generando que sus opositores no se sintieran identificados con él, y al contrario buscaran ridiculizarlo.

Imagen 59.

Fuente: Memes U.Nacional



Con esta noticia que se comparte del portal de RCN, se hace una crítica a lo perdido que está el presidente Iván Duque con respecto a lo que está pasando en el país y a nivel internacional. También hace una crítica a las medidas poco elocuentes que toma el presidente frente a varios inconvenientes en el país y las personas poco aptas para el tema con quienes se reunirán, en este caso Marbelle, una cantante que se caracterizó por constantes escándalos, debido a nexos del narcotráfico de su expareja.

Imagen 60.

Fuente: Memes Unicauca



Es un pantallazo en el que se le escribe al chat de Iván Duque de Facebook reclamando con humor por la posible participación como aliado de Estados Unidos en la posible guerra, ya que él ya había expresado su apoyo, mientras que el país atravesaba por varios conflictos internos y el paro estudiantil aún seguía en su auge. Del mismo modo, se puede deducir que el Presidente Iván Duque tiende a comprometer al país en problemas o conflictos externos.

Como se evidencia en los anteriores tres ejemplos de los memes con más interacciones de la categoría Gobierno nacional y política internacional, hacen referencia al presidente Iván Duque y a decisiones que toma frente a diferentes situaciones que pasa en el país y también fuera de él. Dichas decisiones las toman como ineptas al mostrarlas con humor, y el presidente como personaje es objeto de burla, por lo que los ciudadanos pasaron a no sentirse identificados con él.

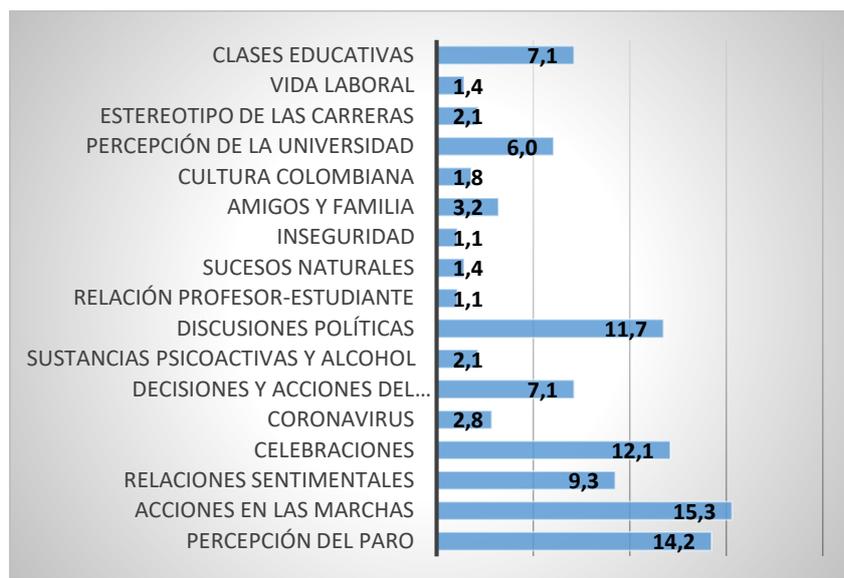
Capítulo VI: Características de las Tres Páginas Universitarias de Memes de Facebook.

Las tres páginas de memes universitarias que se analizaron, han tenido un incremento en su número de seguidores desde noviembre de 2019 hasta mayo de 2022, donde la página de memes U. Nacional tenía 116.245 seguidores y ahora tiene 198.260; del mismo modo la página de memes UdeA cuando se empezó la observación tenía 60.000 y ahora 97.000; por último, la página de memes Unicauca tenía 170.000 y ahora 235.378 seguidores. Lo anterior hace evidente que dichas páginas generan interés en la audiencia y en sus contenidos.

Temas de las Tres Páginas Universitarias de Memes

Dentro de los temas que de manera general se diferenciaron dentro de los contenidos observados, los que más destacaron fueron: acciones en las marchas, percepción del paro, celebraciones y discusiones políticas, siendo la primera la que tiene más alta frecuencia. Se piensa que estos temas fueron los más altos debido a que el lapso que se escogió para hacer el análisis fueron los meses donde se llevaron a cabo movilizaciones y manifestaciones frente a algunas decisiones que estaba tomando el presidente Iván Duque, llamado como el paquetazo de Duque. Además, las celebraciones también tuvieron un alto porcentaje debido a que el periodo coincidió con diciembre, cuando se celebran diferentes fiestas como: las del 7 de diciembre, la navidad el 24, el año nuevo el 31 del mismo mes y los carnavales la primera semana de enero, las cuales generan euforia entre quienes se identifican con ellas. Por otro lado, los temas que tuvieron menor frecuencia, siendo la misma 1,1%, fueron inseguridad y relación profesor-estudiante.

Gráfico 18.
Temas de los contenidos



Fuente: creación propia.

Personajes de las Tres Páginas Universitarias de Memes

Las tres páginas universitarias tienen en común, el que predomine no usar personajes en sus publicaciones, siendo Memes UdeA la de más alto porcentaje, seguido por los ciudadanos que son aquellos personajes que, en la vida cotidiana, abarcan a la mayor parte de la población.

En el caso de Memes UdeA es seguido por la fuerza pública, Memes U. Nacional tiene a la serie infantil en segundo puesto y a los ciudadanos en el tercero. Memes Unicauca sigue con cine como segundo personaje más usado.

Los menos usados por las páginas son: Los Simpson por UdeA, videojuegos, jóvenes estudiantes, ex Farc y el expresidente Álvaro Uribe por U. Nacional y finalmente al ex presidente Álvaro Uribe por Unicauca.

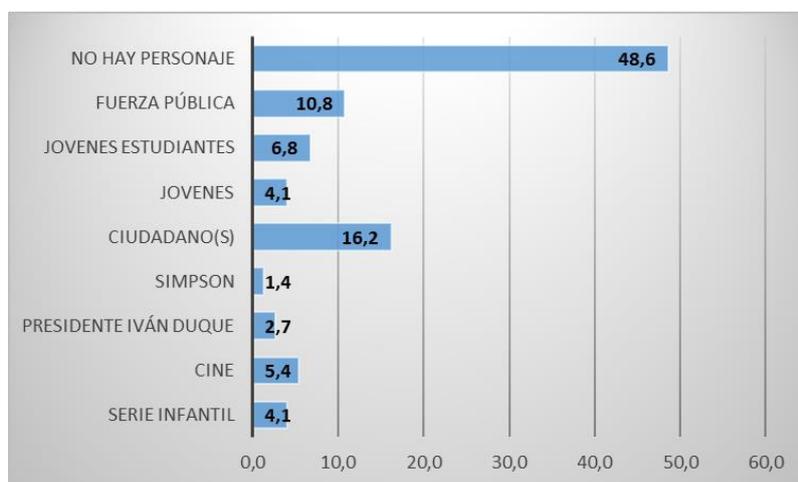
Los personajes se usan de acuerdo al reconocimiento que tienen dentro del público y la intención de los mensajes también se debe a la aceptación o rechazo, por ejemplo, Iván Duque y su curul, el ESMAD, Daneidys Barrera, entre otros son aquellos a los que más se criticaba y de los que más se burlaban en las publicaciones por sus acciones que afectan a la sociedad.

Por el contrario, si un personaje no es reconocido el meme no tendrá contexto y no se entenderá.

Aun así, la presencia de los personajes no es indispensable porque si es este factor es una tendencia, es porque así les ha funcionado el contenido a las páginas universitarias.

Gráfico 19.

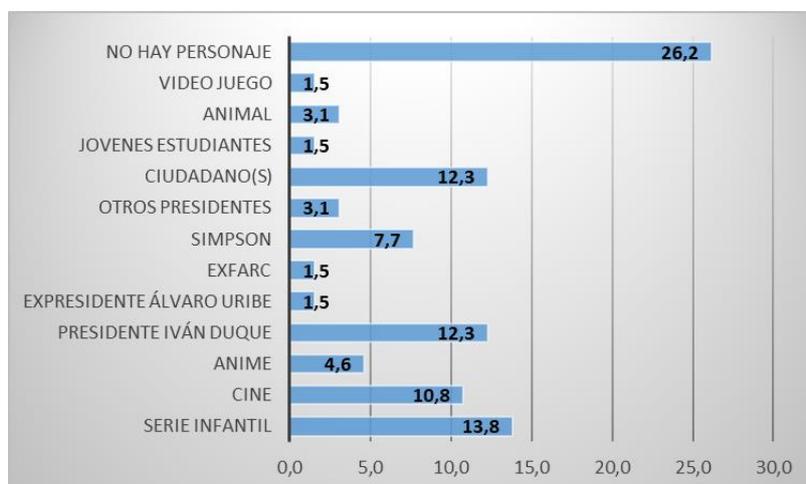
Personajes de la página memes UdeA



Fuente: producción propia.

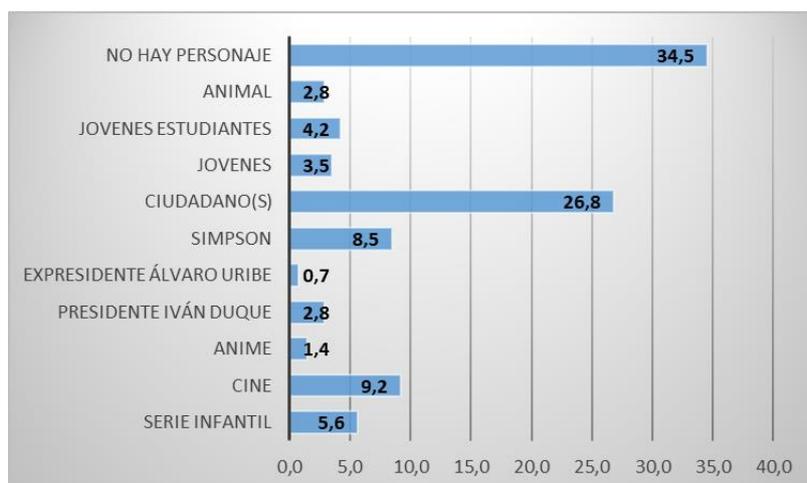
Gráfico 20.

Personajes de la página memes U.Nacional



Fuente: producción propia.

Gráfico 21.

Personajes de la página memes Unicauca

Fuente: Producción propia.

Tono del Contenido de las Tres Páginas Universitarias de Memes

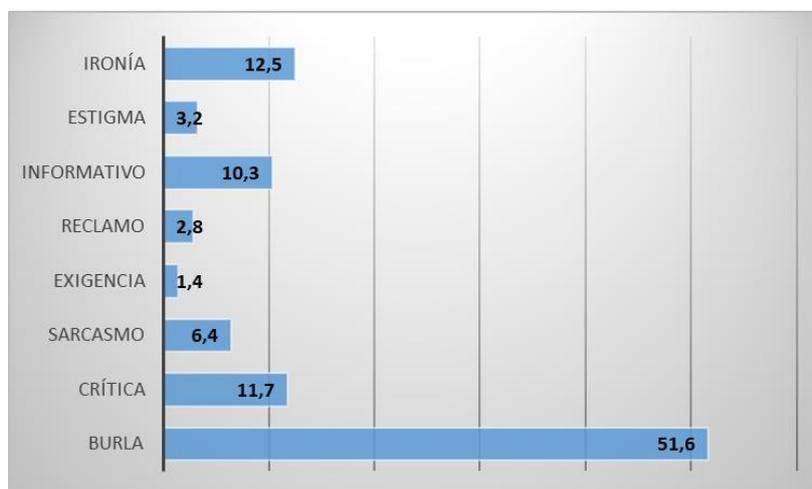
De manera general el tono que más se usó fue la burla con un 51,6%, muy por encima de los otros tonos. Este tono tiene tanta frecuencia, porque en la página de Memes Unicauca es el más usado en la mayoría de las publicaciones.

El siguiente tono más usado fue la ironía con 12,5% de frecuencia sobre todo en las páginas de memes UdeA y Memes U.Nacional al pretender dar a entender un mensaje diferente al que estaba plasmado, lo cual generó considerable cantidad de interacciones entre los usuarios (entre 200 y 500). Así mismo la crítica también estuvo presente en un 11,7% sobre todo para cuestionar el panorama nacional e internacional. El tono informativo tuvo el 10,3% de frecuencia sobre todo en temas relacionados con el paro nacional, ya que los medios de comunicación buscaban desprestigiar la marcha y se brindaba información que permitía salvaguardar la vida de los manifestantes o también concientizar a las personas y así motivarlas a hacer parte del paro.

Los tonos menos usados fueron los de estigma, reclamo y exigencia. Estos dos últimos se hicieron sobre todo en las páginas de Memes UdeA y U.Nacional en los que hablan específicamente del gobierno.

Gráfico 22.

Tono del contenido

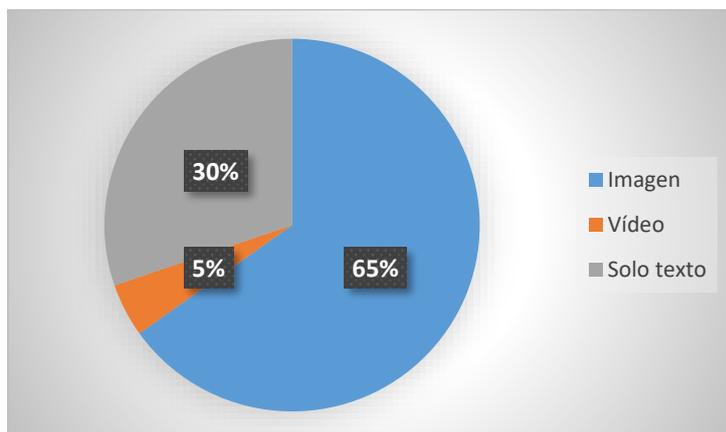


Fuente: producción propia.

Formato del Contenido de las Tres Páginas Universitarias de Memes

El formato más usado del contenido publicado en la ventana de observación es el de imagen con el 65%, que como se ha explicado en capítulos anteriores se toman de series, películas, famosos o personas desconocidas para ubicarlos en un contexto diferente al que pertenecen originalmente. En segundo lugar, con el 30% está la opción de solo texto, donde no se muestra o se hace referencia a algún personaje en específico. Por último, el video es uno de los formatos menos usados con el 5%, donde se mostraba el video de un suceso o se modifica el audio para convertirlo en un meme.

Gráfico 23.

Formato del contenido publicado

Fuente: producción propia.

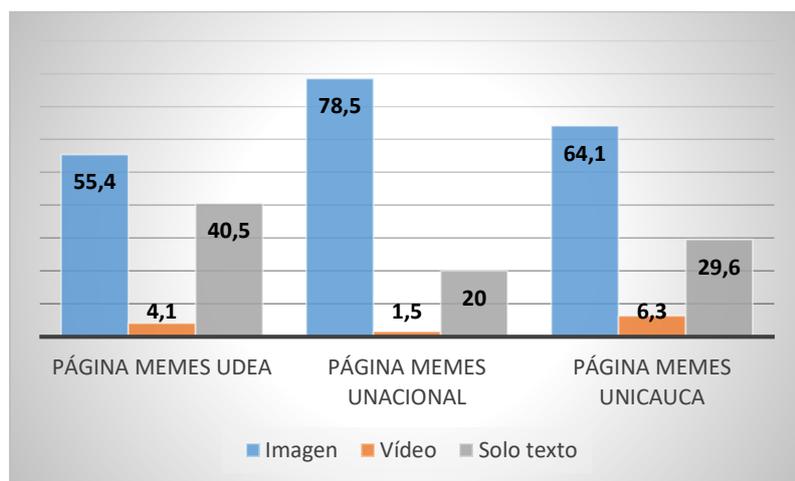
Formatos del Contenido por Cada Páginas Universitaria de Memes

En las tres páginas universitarias el factor común es que el uso de la imagen como formato sea el más usado, relacionado con la acogida del público. Seguido del uso de solo texto, el vídeo fue muy poco usado y los gift nulos.

Memes UdeA es la página que de las tres, más recurrió al uso del solo texto, lo cual tiene relación con su tipo de contenido, debido a que se destacó por no publicar memes, pero al contrario información que tenía diferentes intenciones.

La página de Meme Unicauca a pesar de su bajo porcentaje de uso, fue la que más recurrió al vídeo, los cuales tenían una cantidad considerable de reacciones que aproximadamente eran más de 100, por el dinamismo que genera.

Gráfico 24.

Formato de contenido por página universitaria

Fuente: producción propia.

Contenido Relacionado con el Paro Nacional

En cuanto al contenido analizado entre noviembre del 2019 hasta enero del 2020 en el contexto del paro nacional del 2019, se ha observado que de las tres páginas quien tiene mayor contenido que hace referencia al paro o temas que involucran a políticos de Colombia es, en primer lugar la página de memes U.Nacional, seguida de la página de memes UdeA y por último la página de memes Unicauca. Por lo contrario, la página de memes Unicauca se destaca por hacer publicaciones que hagan referencia a vivencias universitarias o fuera de esta en la vida cotidiana.

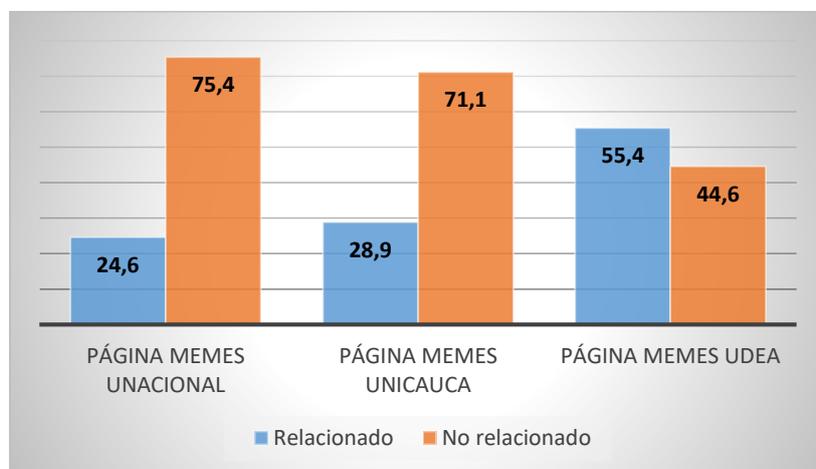
Frente al paro nacional del 2019 se observó que la página de memes que hace más referencia en sus contenidos al paro nacional y lo sucedido en el tiempo que duró es la página de memes UdeA que es la que más destaca frente a las otras dos con un 55,4%.

Al observar la diferencia entre los contenidos relacionados con el paro nacional y los que no se puede ver que hay una gran diferencia en la página de memes Unicauca, esto puede que pase debido a que esta página frente a las otras dos fue la que más contenido publicó, lo que

llevó a que el porcentaje dentro del corpus fuera mayor, y como se ha dicho, memes Unicauca no se destacó por publicar contenido referente al paro nacional.

Gráfico 25.

Relación de la página universitaria con el paro



Fuente: producción propia.

Al observar el tipo de contenido entre si es meme o no, se encontró que la página que más memes publicó en el lapso analizado fue memes Unicauca, seguido de memes U.Nacional y por último memes UdeA. Pero como se muestra en el anterior gráfico la página de memes Unicauca tiene la menor frecuencia de publicaciones relacionadas con el paro nacional, lo que quiere decir que, las publicaciones que son memes tienen relación en su mayoría con temas que hacen referencia al paro nacional y por lo tanto también tiene las publicaciones con más interacciones. Por otro lado, la página que menos memes publicó fue la de memes UdeA, pero que, en relación con el paro nacional, fue la que más publicaciones hizo, por lo que esta página no tiene tanto contenido de memes que se refieran el paro nacional del 2019.

Fuentes del Contenido de las Tres Páginas Universitarias de Memes

En cuanto a las fuentes de los contenidos publicados en las páginas tres páginas universitarias de Facebook, fueron muy variados, pero el que más sobresale es la opción de no tiene fuente,

en este caso hace referencia a todos los contenidos que han sido publicados por las páginas y no tienen procedencia de otras páginas web.

Se puede identificar cuando el contenido es de otro lugar, ya que, cuando se comparte aparece el nombre de la página o sitio web de donde proviene la información, también cuando las publicaciones son pantallazos, estas páginas de memes respetan el nombre del sitio de origen. Otra forma de que aparezca el sitio de donde se compartió una publicación es que en la descripción de la publicación se escriba el nombre de la página correspondiente.

Gráfico 26.

Fuente de los contenidos de las publicaciones de las tres páginas universitarias



Fuente: producción propia.

Al hablar de las fuentes que se usaron en cada página universitaria encontramos que, memes UdeA uso solo tres tipos de fuentes de las que se clasificaron inicialmente, entre la que están “no tiene fuente”, en segundo lugar “Twitter de memes UdeA”, este último son pantallazos que se le tomaban a la publicación que se había hecho en la cuenta de Twitter de memes UdeA para posteriormente ser subida en Facebook, lo que hace pensar que hay contenido repetido en las dos cuentas. Por lo que está presente la característica de la hipertextualidad, como rasgo de internet que permite que los usuarios naveguen libremente a través de los enlaces, que redirigen a diferentes portales web, pero sin llevar un orden específico (Rodríguez, 2014).

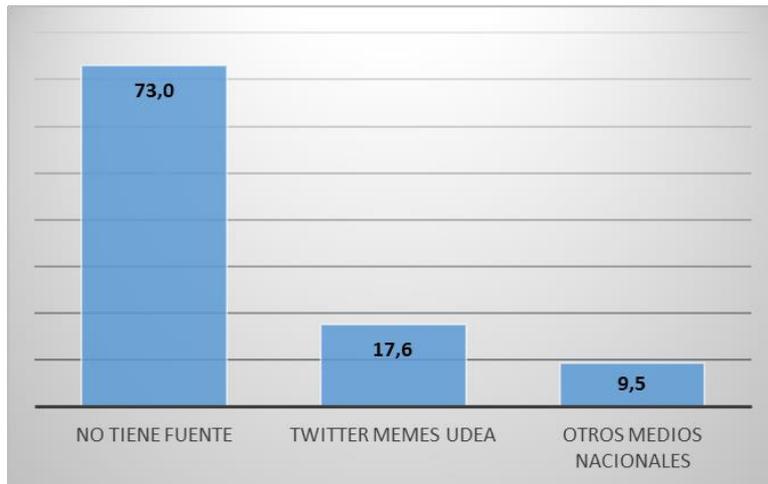
Por último, está “otros medios nacionales”, el cual hace referencia a las noticias, algunos acontecimientos que haya usado para hacer memes o simplemente lo compartieran de otro sitio.

Con respecto a memes U.Nacional, se observa que el uso de fuentes es más amplia que la anterior donde comparte publicaciones de otras páginas de memes como “Facebook memes UIS”, imágenes de prensa como de “El Espectador”, noticias de medios nacionales e internacionales y también de su cuenta de Twitter. Algunos de estos medios responden a sus intereses políticos, pero cuando no, en la descripción de la publicación compartida en las páginas universitarias expresan su posición a través de la crítica o burla.

Al igual que la anterior página universitaria, en memes UdeA se vuelve a repetir que la frecuencia más alta es “no tiene fuente”.

Finalmente, la página de memes universitaria que usó más fuentes en el contenido del lapso analizado fue la página meme Unicauca. Algo que tiene esta página es que compartió contenido de las cuentas de Twitter y de Facebook de las otras dos páginas de memes analizadas. De igual forma compartió de otra página de memes de la misma universidad llamada “Facebook memes Unicauca 2.0”, de la cuenta de Twitter “Memes Unicauca” y también de la cuenta de Instagram de la misma. Al igual que las otras dos la opción “no tiene fuente” es la que más frecuencia se usa en el contenido de esta página.

Gráfico 27.

Fuentes de la página memes UdeA

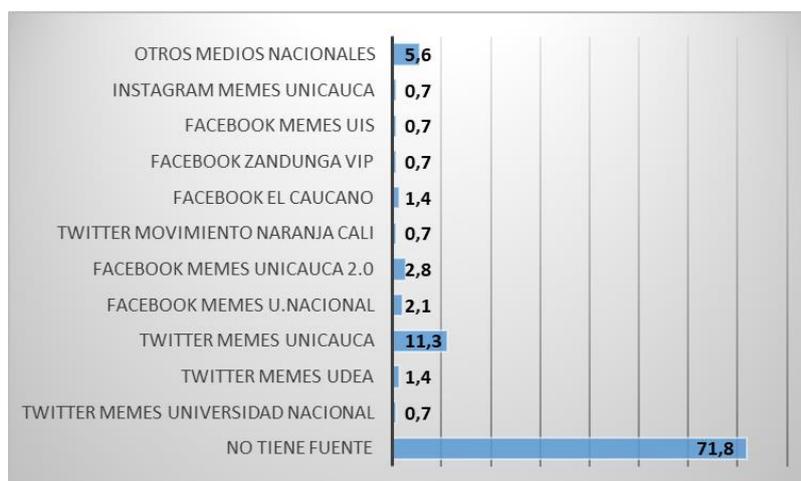
Fuente: producción propia.

Gráfico 28.

Fuentes de la página memes U.Nacional

Fuente: producción propia.

Gráfico 29.

Fuentes de la página memes Unicauca

Fuente: producción propia.

Lo que tienen en común las tres páginas universitarias de memes de Facebook, en cuanto a la fuente es que, se marca con la frecuencia más alta en las tres “no hay fuente”, la cual pasa más del 50% en las tres páginas de memes. Por otro lado, en las tres es común ver que comparten contenido de la cuenta de Twitter que tiene cada página y esto lo hacen mediante un pantallazo de la publicación. Por último, otra de las fuentes que tiene en común entre las tres páginas es “otros medios nacionales”, en menor frecuencia en cada una de las páginas frente a otras opciones.

Las tres páginas se diferencian en la cantidad de fuentes que tienen sus contenidos; memes Unicauca tiene mayor cantidad, Memes UdeA tiene menor cantidad de fuentes usadas y por parte de memes U.Nacional se encuentra en medio, y Memes Unicauca comparte contenido de otras páginas de Facebook, cuentas de Instagram y Twitter de las otras dos páginas analizadas como de otras. Esto nos da a entender que dichas páginas universitarias no están totalmente aisladas unas de las otras ya que, por medio del internet y sus contenidos se relacionan.

Conclusiones

Sobre el contenido de las páginas

Las tres páginas analizadas corresponden a creadoras de contenido de memes como lo mencionaba en los nombres de cada página; memes UdeA, memes U.Nacional y memes Unicauca, pero aun siendo este su propósito principal no todo su contenido tiene dicha característica, puesto que también en esta se comparten noticias de otras páginas web, fotografías o imágenes, por ejemplo en relación con el paro nacional, hay fotografías de la movilización. Por otro lado, hay piezas gráficas donde se promocionan fiestas o se muestran anuncios para hacer diferentes actividades, en este caso relacionado con el paro nacional.

Las tres páginas se diferencian en la cantidad de contenido memético publicado, en la página de Memes UdeA predomina el contenido diferente a memes, en la página de Memes U.Nacional la mayoría corresponden a memes y en memes Unicauca los memes publicados corresponden al 51.6%.

Dentro del contenido diferente a memes, se encuentran noticias, publicidad, invitaciones a actividades del paro nacional del 2019, que en algunas ocasiones se publican varias veces a lo largo de los días, pero se evidenció que entre más se repetían las publicaciones del mismo tipo, las interacciones disminuyen por lo que el interés del público también.

En cuanto al contenido publicado sobre el paro estudiantil, Memes UdeA fue la página que mostró más compromiso frente a ello, ya que la mayoría de su contenido correspondía a este tema y también la mayoría no corresponden a memes, es decir, sus publicaciones fueran memes o no, tenían un tono de crítica, exigencia o reclamo frente a los sucesos del país y del paro nacional. Al contrario, Memes Unicauca publicó poco contenido referente al paro nacional, siendo memes en su mayoría y en los que predominó el tono de burla. Por su parte Memes U. Nacional en su contenido frente al paro la mayoría son memes, pero con tendencia a un tono de ironía.

A pesar de ser páginas con el mismo propósito, cada una tiene su propio tinte frente al contenido publicado y recurren a diferentes tonos para publicarlos, pero aun así lo que tienen en común es que las tres estaban a favor del paro nacional, según lo que se vio en las publicaciones de las tres páginas. Es por ello que también comparten contenido una de la otra o incluso de sus otras redes sociales ya que en Instagram se publica lo mismo y en Twitter contenido similar.

Frente al contenido predomina el uso de la imagen, seguida de solo texto y finalmente del video que, aunque suele captar más la atención, se presume que es el menos usado al ser el formato que más tiempo demanda para realizar.

En cuanto a los derechos de autor, estos corresponden a las páginas y no a los creadores del contenido en su individualidad. Para evidenciar su propiedad, las páginas Memes UdeA, Memes U.Nacional y Memes Unicauca colocan marca de agua de sus logos o cuando se réplica contenido impropio se toman pantallazos en donde se observa la procedencia, así sea de otra red social. Del mismo modo, cuando se comparte contenido de otro sitio, sin usar pantallazo, el nombre del sitio de donde se compartió también aparece.

Por otro lado, la mayoría de contenido que tiene cada una de las páginas de memes universitarias de Facebook corresponden en primer lugar a el contexto cercano de cada una, por ejemplo, otras universidades, perspectiva de la universidad, lugares. En segundo lugar, se ven contenidos que hacen referencia a lo que está sucediendo en el país y sea relevante. Por último, situaciones o sucesos que están pasando en el mundo y sean importantes.

Sobre las características de los memes

Los memes han logrado posicionarse, sobre todo en las redes sociales por su carga humorística y porque permiten hacer parte a los consumidores del proceso de comunicación, ocupando el lugar de prosumidores, debido a que también el consumidor crea contenido y al

compartirlo en sus perfiles personales permiten la viralidad de estos, tejiendo redes de difusión.

Su acogida también se debe a que los memes imitan y a su vez replican comportamientos que son aceptados por el público, debido a que toman situaciones que alguien puede vivir en su vida, para hacerlos memes. Estos no imponen, sino que generan diálogo con los usuarios para ello su dinámica va de acuerdo a lo que ocurre en el contexto. Es por ello que las páginas creadoras de contenido adaptan la agenda setting de medios más grandes o incluso de los medios tradicionales, para también hablar de lo que está ocurriendo en el momento preciso, lo cual responde al objetivo de analizar la agenda de las tres páginas universitarias.

La característica de la imagen y el texto son constantes, sin imagen puede existir meme, pero sin texto no, porque este es el que permite que se modifique y adapte la imagen al contexto que se quiere, es decir, saca al personaje que aparece en la imagen del universo donde pertenece y lo pasa al que se desea, para que el público pueda comprenderlo. Con respecto a los memes de video, el texto no es tan necesario debido a que por medio del audio se le da el contexto que se desee, sin embargo, el texto puede ir al mismo tiempo que el audio.

Las imágenes que se usan para los memes en su mayoría son plantillas que corresponden a situaciones completamente diferentes, pero es el texto que permite adecuarlas a la situación particular que busca evidenciar las necesidades del consumidor con efectividad.

Otra característica de los memes al estar presentes en las redes sociales es lo efímeros que son, su éxito dura muy poco y después quedarán en el pasado; también por la cantidad de contenido que se publica diariamente satura al espectador y su atención se centrará en los temas más recientes de los que se está hablando.

Sobre el mensaje del contenido publicado

A partir de la etnografía virtual realizada en las páginas de memes, se puede evidenciar una tendencia a la aceptación de memes con cierto tipo de estigma, que se relacionan con el machismo, racismo, clasismo, xenofobia y demás.

La mayoría de este tipo de pensamientos se expresan a través del humor y no de la crítica, siendo esta característica la que permite su vitalidad, pero ¿por qué siendo páginas en las que la mayoría de sus seguidores e incluso administradores que pertenecen a universidades públicas replican y aceptan este tipo de contenido?

Es porque, según en diálogo con algunos administradores de otras páginas de memes y usuarios que hacen parte de la universidad pública; los encargados del contenido publican sin tener una ideología marcada y porque se basan en los gustos de los seguidores que aunque no necesariamente apliquen estas actitudes discriminantes, las aceptan porque se están mostrando con humor y es una manera diferente de expresar las ideas, ya que para algunas personas no se está afectando la integridad de nadie, solo es una burla para las personas que en la actualidad siguen reproduciendo dicho tipo de pensamientos y de las jerarquías que se han establecido.

Otros usuarios por su parte opinan que “la desgracia da risa”, así que las personas se ríen del dolor ajeno o incluso de su propia miseria, a modo de resignación o por sentirse identificados con situaciones comunes.

En el juego de poderes también se puede analizar que por medio de la risa “los oprimidos buscan oprimir”, para desarrollar un tipo de superioridad sobre las minorías y destacar socialmente. Aunque también está el punto de que a partir de este tipo de contenido se hable de temas sensibles que no todas las personas están dispuestas a hablar ni a opinar.

Así, se puede decir que el humor se usa para reírse y los memes cumplen con esa característica que divierte a las personas y aunque no necesariamente con ellos pretenden los prosumidores vulnerar la dignidad de las personas, si se siguen evidenciando las jerarquías sociales porque se siguen recogiendo a los sectores minoritarios cómo los otros, los que no deberían pertenecer a la sociedad.

La retórica se ajusta al mensaje que se busca transmitir y estos recurren también a la conversación oral y mediática del público, busca conocerlo para saber así de qué están hablando, sus intereses y permitir generar *engagement* con las páginas que se mide por las interacciones y si se habla de interacciones, memes Unicauca cuenta con las publicaciones con las interacciones.

Algo que se debe resaltar es que, lo que permite el éxito del mensaje es que se logre entender, por lo que es importante que los usuarios conozcan el contexto de lo que se está referenciando para que así se logren sentir identificados y tenga mayor acogida.

Por otro lado, a pesar de que son páginas que llevan el nombre de universidades, lugares donde se presume se están formando personas con sentido crítico, respeto por la diferencia, una buena convivencia en sociedad y la dignidad, se pensaría que el contenido también se basa y hace referencia a ello. Pero se encontró que hay una fuerte carga machista, en la que se burla de la lucha feminista y de las mujeres en general, tildándolas de infieles, interesadas, alcohólicas y demás. Del mismo modo, frente a la población LGBTI, se referenció como afeeminados, que tienen una doble vida, relacionándolos con la policía nacional.

En el contenido también hay una fuerte estigmatización frente a algunas carreras o programas académicos, mostrando una rivalidad entre ellas, por ejemplo, que los estudiantes de medicina son "lámparas" (presumidos), los de ingeniería, creídos y asociales, los de la facultad de humana son drogadictos e inservibles y que los de turismo no hacen nada. Del mismo modo, se muestra una competencia entre universidades, que mediante la burla pretenden decir cuál

es la que menos calidad tiene o es mejor frente a otras y cuál tiene mejor metodología al enseñar.

También al final los alientos sobre el paro nacional fueron disminuyendo, y a mediados de enero antes de que se acabara el paro nacional, el contenido ya hablaba de que no sirvió para nada e incluso posterior a su culminación, se seguía con la misma idea en algunas publicaciones de las tres páginas de memes analizadas y esta puede que fue la lógica de los gobiernos, porque en el mes de diciembre los ánimos bajaban, debido al contexto de las festividades que dispersaban a las personas para finalmente disolverlo. Frente a esta situación también se evidencia un juego de poderes entre las organizaciones estudiantiles internas de la universidad, en las que cada una quiere favorecer a sus intereses propios y cuando se ven afectadas por otra u otras se atacan a través de las publicaciones.

Sobre metodología y prospectiva

En cuanto a categorías de análisis en los memes, si bien es muy poco el trabajo previo que se encuentra, se pueden dar pinceladas para futuras categorizaciones, a partir de la observación y el análisis de cada contenido que es muy único. Las herramientas para la categorización que se emplearon en el presente trabajo, como las fichas de análisis que responden a aspectos cuantitativos y cualitativos, resultan adaptables para otra categorización que se quieran hacer, observando cuáles son los temas generales de los que se habla para así dividirlos en grupos que sean excluyentes uno grupo de otro. Dicha metodología permitió sistematizar y reducir la información, y de esta manera analizar de qué se hablaba en las tres páginas de forma organizada, para que la observación del corpus fuera más precisa.

Estudiar los memes puede permitir analizarlos como nuevos dispositivos de comunicación que incluso trascienden a las conversaciones del común, convirtiéndose en referentes por lo que es importante reconocer su impacto y sus componentes para así conocer los intereses de

los usuarios y de cómo se están tratando los temas de momento. También es importante analizar el trasfondo de los memes, de manera cualitativa, que dicen a qué hacen referencia y si la burla que los caracteriza agrede de manera indirecta o directa a una población, un colectivo o unas luchas. En sentido contrario, qué dicen esos memes frente al contexto en que se vive, si esa burla se hace para mostrar desacuerdo frente a sucesos y ridiculizarlos.

Finalmente, la observación y análisis de comunidades virtuales, en este caso páginas de memes universitarias, es importante debido a que por medio de estas se comparten y se plantean ideas y opiniones, ya sea por medio de un meme o por medio de una descripción al compartir contenido de otros sitios de internet. También estas páginas al tener una audiencia considerable, tiene conectada a muchas personas que siguen su contenido, lo cual puede servir para convertirse en canales de comunicación que, en el caso del paro nacional eran sitios en la internet donde se podía publicar contenido gráfico para llamar a actividades frente a este. Pero no solo están conectadas las páginas de memes universitarias de Facebook con su audiencia, sino que también están conectadas entre ellas a pesar que geográficamente están separadas, lo que genera una red de interconexión entre las diferentes páginas y las diferentes audiencias que cada una tiene.

Referencias bibliográficas

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1944 -1987). *Dialéctica del Iluminismo*. Sudamericana. Buenos Aires.
- Agencia de la información laboral (AIL). (8 de noviembre de 2019). Las 10 razones del paro nacional de 21 de noviembre. Recuperado de: <https://ail.ens.org.co/noticias/las-10-razones-del-paro-nacional-del-21-de-noviembre/>
- Arango, L. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. *Media Consumo*. San Pablo, Brasil.
- Bravo, R. (2014). *El meme como evolución de los medios de expresión social*. Universidad de Chile. Santiago de Chile.
- BBC News. (21 de noviembre de 2019). Paro nacional en Colombia: 4 razones detrás de las multitudinarias protestas y cacerolazos en Colombia contra el gobierno de Iván Duque. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50503455>
- BBC News. (17 de diciembre de 2020). La Primavera Árabe: 10 años en 10 momentos. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-55351155>
- BBC News. (24 de enero de 2019). Juan Guaidó se autoproclama “presidente encargado”: qué países reconocen al presidente de la AN y cuáles se mantienen con Nicolás Maduro. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-46982431>
- BBC News. (22 de noviembre de 2020). Evo Morales: la historia de su refreso a Bolivia (y nuevos detalles de su partida hace un año). Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-55025234>
- Chavarro, L. (2019). *Lo imaginario social en el mundo digital. Apuntes sobre dos investigaciones acerca de las Nuevas Tecnologías e Internet*. Universidad del Valle, Cali, Colombia.

- Castells, M. (2012). Redes de indignación y esperanza, los movimientos sociales en la era de internet. Alianza Editorial. Madrid.
- El País. (22 de noviembre de 2019). Las protestas se intensifican en Colombia y Duque saca el Ejército a las calles. Recuperado de: https://elpais.com/internacional/2019/11/22/america/1574461911_239534.html
- Facebook. (2021). Normas comunitarias. Recuperado de: <https://es-es.facebook.com/communitystandards/>
- Fernández, C. (2008). Ciberpolítica: ¿Cómo usamos las tecnologías digitales en la política latinoamericana?. Konrad Adenauer Stiftung. Buenos Aires.
- Finanzas Personales (2020). Las plataformas digitales más usadas en Colombia. Recuperado de: <https://www.finanzaspersonales.co/tecnologia/articulo/cuales-son-las-plataformas-digitales-mas-usadas-en-colombial001/80643>
- García, E. (2013). La carnavalización del mundo como crítica: risa, acción política y subjetividad en la vida social y en el hablar. Recuperada de: <https://atheneadigital.net/article/viewFile/v13-n2-garcia/1036-pdf-es>
- Gómez, P. (2001). Imaginarios sociales y análisis semiótico. una aproximación a la construcción narrativa de la realidad. Cuadernos de la Universidad Nacional de Jujuy. Argentina.
- Hine, C. (2004). Etnografía virtual. Editorial UOC. Barcelona.
- Hootsuite. (2019). Redes sociales más usadas en el mundo hispano: tips para crecer tu presencia y alcance social. Recuperado de: <https://blog.hootsuite.com/es/redes-sociales-mas-usadas/>
- Ivars, A. (2020). Publicidad orgánica versus publicidad de pago en redes sociales. Recuperado de: <https://anaivars.com/publicidad-organica-y-de-pago-en-redes-sociales/>

- La Información. (7 de agosto de 2019). ¿Qué es La Primavera Árabe y cómo surgió? Recuperado de: <https://www.lainformacion.com/practicopedia/que-es-la-primavera-arabe-y-como-surgio/6509206/?autoref=true>
- La Linterna Azul. (3 de noviembre de 2019). El gobierno de Duque autoriza caza de tiburón y comercialización de sus aletas. Recuperado de: <https://www.lalinternaazul.info/2019/11/03/el-gobierno-de-duque-autoriza-caza-de-tiburon-y-comercializacion-de-sus-aletas/>
- Marulanda, W. (2020). Los memes, un mecanismo para comunicar mensajes visuales. Editorial Universidad de Caldas. Manizales.
- McCombs, M. (1985). "La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión". En: Sociología de la Comunicación de Masas. Estructura, funciones y efectos, Gustavo Gili, S.A., Barcelona.
- Mineducación. (17 de octubre de 2019). Aprobado presupuesto de educación 2020: honrando los acuerdos y siendo el más alto presupuesto de la historia para el sector. Recuperado de: https://www.mineduccion.gov.co/1780/w3-article-389254.html?_noredirect=1
- Mineducación. (2 de septiembre de 2020). Presupuesto para la educación supera los 44 billones en 2020. Recuperado de: https://www.mineduccion.gov.co/1780/w3-article-391936.html?_noredirect=1#:~:text=Presupuesto%20para%20educaci%C3%B3n%20supera%20los,de%20Educaci%C3%B3n%20Nacional%20de%20Colombia
- Muñoz, V. (2014) El meme como evolución de los medios de expresión social. Recuperado de: <http://reposito->

rio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129749/EI%20meme%20como%20evolu%C3%B3n%20de%20los%20medios%20de%20expresi%C3%B3n%20social.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Noticias Caracol. (21 de noviembre de 2019). El vandalismo del que fueron objeto estaciones y buses del MIO durante paro nacional en Cali. Recuperado de: <https://noticias.caracol.com/valle/el-vandalismo-del-que-fueron-objeto-estaciones-y-buses-del-mio-durante-paro-nacional-en-cali>

Noticias Caracol. (21 de noviembre de 2019). Video muestra como encapuchados derriban, con sogas, semáforo durante paro nacional en Cali. Recuperado de: <https://noticias.caracol.com/valle/video-muestra-como-encapuchados-derriban-con-una-soga-semaforo-durante-paro-nacional-en-cali>

Noticias Caracol. (21 de noviembre de 2019). Bloqueos, disturbios y saqueos, protagonistas durante el paro nacional en Cali. Recuperado de: <https://noticias.caracol.com/valle/bloqueos-disturbios-y-saqueos-protagonistas-durante-paro-nacional-en-cali>

Pintos, J. (1995). Los Imaginarios Sociales (La nueva construcción de la realidad social). Fe y Secularidad. Madrid.

Portafolio. (21 de noviembre de 2019). Cali, el lunar del paro nacional. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/palabras-alcalde-de-cali-decreta-toque-de-queda-paro-nacional-2019-535795>

Ramón, M. (2011). A propósito de Tilly. Conflicto, poder y acción colectiva. En: Las dos lógicas de la explicación en la obra de Charles Tilly: Estados y repertorios de protesta. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. España.

Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.

- Shaw, E. (1977). "The interpersonal Agenda", en D.L. Shaw y M McCombs (EDS), The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press, St. Paul, MN: West Publishing.
- Statista (2022). Número de usuarios de internet por país en América Latina en 2022. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1073677/usuarios-internet-pais-america-latina/>
- Valora Analitik. (2022). Encuesta: favorabilidad del presidente de Colombia, Iván Duque, bajo a 20%. Recuperado de: <https://www.valoraanalitik.com/2022/02/16/favorabilidad-del-presidente-colombia-ivan-duque-bajo-a-20/>
- Vélez, J. (2015). Estudios en Comunicación y política, influyendo en el ciberespacio con humor. Versión Universidad Autónoma Metropolitana. México.

Anexos

Anexo 1.

Ficha de análisis documental

Código:											
Fecha:		Página Universitaria:									
Interacciones:											
Personajes:	Temas:	Formato:									
		Imagen	<input type="checkbox"/>								
		Vídeo	<input type="checkbox"/>								
		Gif	<input type="checkbox"/>								
		Solo Texto	<input type="checkbox"/>								
Meme:		Relacionado con el paro estudiantil:									
<table border="1"> <tr> <td>Sí</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>No</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<table border="1"> <tr> <td>Sí</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>No</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Sí	<input type="checkbox"/>										
No	<input type="checkbox"/>										
Sí	<input type="checkbox"/>										
No	<input type="checkbox"/>										
Fuente:											
Observaciones:											
Categoría:											