

LAS CIENCIAS SOCIALES EN LA POS-PANDEMIA

Jorge Cadena-Roa
Armando Sánchez Vargas
Coordinadores generales

XX

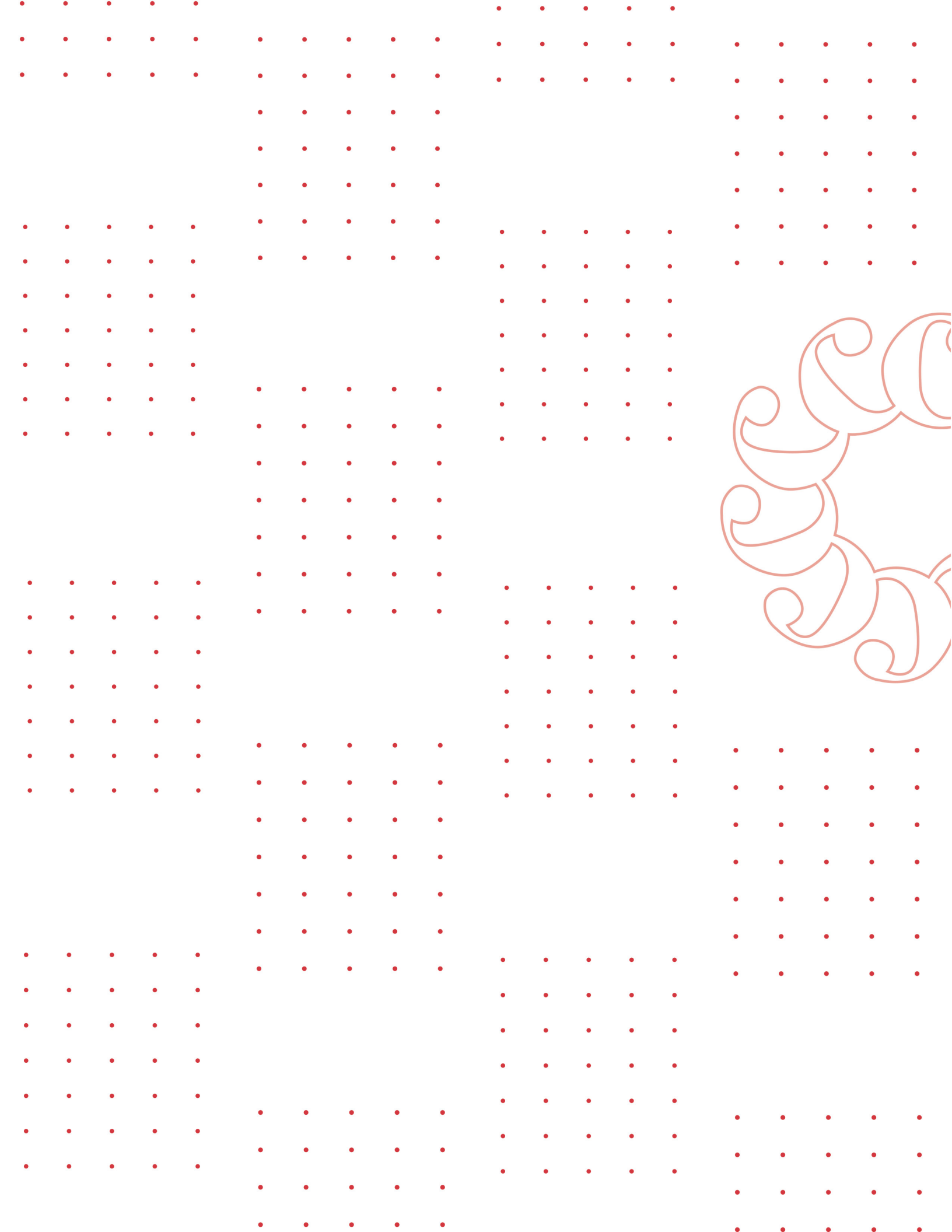
Tecnologías de la información y la comunicación,
redes digitales y sociedad

Eric Hernández Ramírez
Rodrigo Perera Ramos
Coordinadores



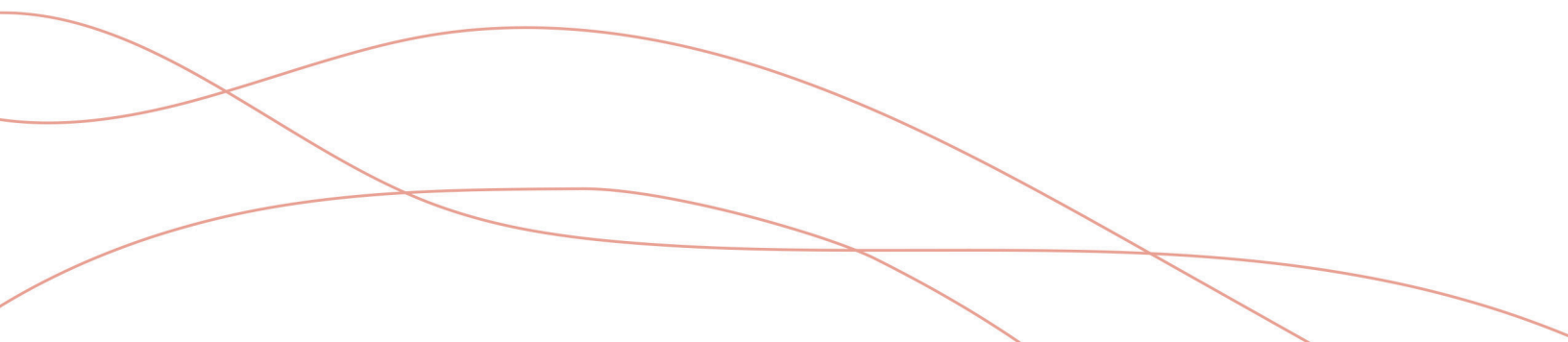
COMECOSO





LAS CIENCIAS SOCIALES EN LA POS-PANDEMIA

Jorge Cadena-Roa
Armando Sánchez Vargas
Coordinadores generales



LAS CIENCIAS SOCIALES EN LA POS-PANDEMIA

XX

Tecnologías de la información y la comunicación, redes digitales y sociedad

Eric Hernández Ramírez
Rodrigo Perera Ramos
Coordinadores



COORDINACIÓN GENERAL

Jorge Cadena-Roa (COMECESO)
Armando Sánchez Vargas (UNAM)

COMITÉ CIENTÍFICO

Jorge Cadena-Roa (COMECESO)
Rosalba Casas Guerrero (UNAM)
Oscar F. Contreras Montellano (COLEF)
Carola García Calderón (UNAM)
Mónica González Contró (UNAM)
Miguel Armando López Leyva (UNAM)
María Luisa Martínez Sánchez (UANL)
Cristina Puga Espinosa (UNAM)
Mauricio Sánchez Menchero (UNAM)
Armando Sánchez Vargas (UNAM)
Héctor Raúl Solís Gadea (UdG)
Esperanza Tuñón Pablos (ECOSUR)
Guadalupe Valencia García (UNAM)
Eduardo Vega López (UNAM)

COMITÉ ORGANIZADOR

Jorge Cadena-Roa (COMECESO)
Armando Sánchez Vargas (UNAM)
Oscar F. Contreras Montellano (COLEF)
Cristina Puga Espinosa (UNAM)
Sandibel Martínez Hernández (COMECESO)
Débora Martínez Ventura (UNAM)

COORDINACIÓN TÉCNICA

Sandibel Martínez Hernández (COMECESO)
Débora Martínez Ventura (UNAM)

COORDINACIÓN DE TALLERES

Laura Gutiérrez Hernández (COMECESO)
Roberto Holguín Carrillo (COMECESO)
Sandibel Martínez Hernández (COMECESO)

SISTEMAS Y ASISTENCIA TÉCNICA

Roberto Holguín Carrillo (COMECESO)
Edgar Martínez Otamendi (COMECESO)

DISEÑO GRÁFICO

Black Kraken Design Studio
Laura Gutiérrez Hernández (COMECESO)

COORDINACIÓN IIEc-UNAM

Armando Sánchez Vargas (UNAM)
Débora Martínez Ventura (UNAM)
Lester Erick Arancibia Balderrama (UNAM)
José Carrera Díaz (UNAM)
Gonzalo Curiel Vázquez (UNAM)
Andrés Filiberto Flores Cruz (UNAM)
María Victoria Jiménez Sánchez (UNAM)
Patricia Llanas Olivia (UNAM)
José Luis López Castillo (UNAM)
José Manuel Márquez Estrada (UNAM)
José Carlos Mendoza Rodríguez (UNAM)
Citlali Morales Martínez (UNAM)
Víctor Manuel Peña Flores (UNAM)
Jesús Rodrigo Ramírez Negrete (UNAM)
Andrés Romo Martínez (UNAM)
Dana Damaris Roy Lamadrid (UNAM)
Evelyn Jazmín Sánchez Fregoso (UNAM)
Héctor Soria Arellano (UNAM)
Casandra Torres Carrasco (UNAM)
Martín Torres Sosa (UNAM)
Amelia Valencia Maqueda (UNAM)
Katherine Villamil Ortega (UNAM)

PRESENTACIONES DE LIBRO

Débora Martínez Ventura (UNAM)

DIFUSIÓN

Laura Gutiérrez Hernández (COMECESO)
María Victoria Jiménez Sánchez (UNAM)
Anabel Meave Gallegos (COMECESO)

FORMACIÓN Y DISEÑO EDITORIAL

Roberto Holguín Carrillo (COMECESO)
Sandibel Martínez Hernández (COMECESO)

FORMACIÓN DE TEXTOS

Uriel Carrillo Altamirano (COMECESO)
Sofía Zirián Martínez (COMECESO)
Brandon Y. Cibrián Rivas (COMECESO)

DISEÑO DE PORTADA E INTERIORES

María Victoria Jiménez Sánchez (UNAM)

COORDINADORES DE EJES

Ciencia, tecnología, innovación y sociedad Marcela Amaro Rosales (IIS-UNAM) Gabriela Dutrénit Bielous (UAM-X) Lorenzo Alejandro Méndez Rodríguez (IIEc-UNAM)	Mercados de trabajo, derechos laborales y crecimiento económico Eufemia Basilio Morales (IIEc-UNAM) Alfredo Hualde Alfaro (COLEF) Sara Ochoa León (FE-UNAM)
Ciencias de las organizaciones Clotilde Hernández Garnica (FCA - UNAM)	México en el contexto internacional: complejidad y desafíos Juan Carlos Barrón Pastor (CISAN-UNAM) Moritz Alberto Cruz Blanco (IIEc-UNAM) Juan Cruz Olmeda (COLMEX)
Ciencias jurídicas y problemas nacionales Mónica González Contró (IIJ-UNAM) Francisco Javier Fonseca Corona (IIEc-UNAM)	Migraciones y movilidades Uberto Salgado Nieto (IIEc-UNAM) Óscar Sánchez Carrillo (CIMSUR-UNAM) Martha Judith Sánchez Gómez (IIS-UNAM)
Cultura, religiones y representaciones colectivas Hilda Caballero Aguilar (IIEc-UNAM) Andrea Meza Torres (UAM-I) Mariana Molina Fuentes (CEBJ-UNAM)	Opinión Pública, comunicación y encuestas Julio Juárez Gámiz (CEIICH-UNAM) Juan Pablo Gutiérrez (CIPPS-UNAM) Grisel Salazar Rebolledo (CIDE)
La democracia ante nuevos desafíos: polarización, declive y resiliencia Karolina Monika Gilas (FCPyS-UNAM) Alejandro Monsiváis Carrillo (COLEF) Esperanza Palma Cabrera (UAM-A)	Población y desarrollo Ana Escoto Castillo (FCPyS-UNAM) Isalia Nava Bolaños (IIEc-UNAM)
Crisis económica en el 2020 y políticas anti-cíclicas: evaluación y perspectivas Nancy Ivonne Muller Durán (FE-UNAM) César Armando Salazar López (IIEc-UNAM)	Políticas públicas y problemas nacionales María Isabel Osorio Caballero (FE-UNAM) Berenice Ramírez López (IIEc-UNAM)
Desigualdades, vulnerabilidades e interseccionalidad Alí Ruiz Coronel (IIS-UNAM) Verónica Ofelia Villarespe Reyes (IIEc-UNAM)	La ciudad contemporánea desde miradas contrapuestas: sostenibilidad, innovación, urbanismo neoliberal, mercado inmobiliario y gentrificación Javier Delgado Campos (PUEC-UNAM) José Gasca Zamora (IIEc-UNAM)
Educación y tecnologías del aprendizaje y el conocimiento Alejandro Canales Sánchez (IISUE-UNAM) Gustavo Carreón Vázquez (IIEc-UNAM) Alma Maldonado Maldonado (CINVESTAV)	Acción colectiva, movimientos sociales y protestas Marco Aranda Andrade (UANL) Gustavo Urbina Cortés (COLMEX)
Estado de derecho, corrupción e impunidad Marcela Astudillo Moya (IIEc-UNAM)	Retos y perspectivas de las ciencias sociales: la generación y movilización de conocimientos Ernesto Bravo Benítez (IIEc-UNAM) Rosalba Casas Guerrero (IIS-UNAM) Oscar Contreras Montellano (COLEF)
Feminismos, género y mujeres. Alcances y perspectivas en la coyuntura actual Alicia Girón González (IIEc-UNAM) María Luisa Martínez Sánchez (IINSO-UANL) Esperanza Tuñón Pablos (ECOSUR)	

Salud y sociedad: rezagos estructurales y pandemia Miguel Ángel González Block (UNIVERSIDAD ANÁHUAC) Yedith Betzabé Guillén Fernández (IIEc-UNAM)	Teorías y metodologías de las ciencias sociales. Innovaciones teórico-metodológicas durante y después de la pandemia José Manuel Márquez Estrada (IIEc-UNAM) Laura Beatriz Montes de Oca Barrera (IIS-UNAM)
Sociedad civil Cristina Puga Espinosa (FCPyS-UNAM) Ligia Tavera Fenollosa (FLACSO)	Violencias, ilegalidades, crimen y seguridad Nelson Arteaga Botello (UA de Coahuila) Silvia Inclán Oseguera (IIS-UNAM) Daniel Inclán Solís (IIEc-UNAM)
Sustentabilidad: recursos naturales y energías limpias Véronique Sophie Ávila Foucat (IIEc-UNAM) Ana de Luca (Centro de Estudios Críticos Ambientales) Raúl Pacheco Vega (FLACSO)	Vulnerabilidades, riesgos y desastres Raymundo Padilla Lozoya (UCOL) Juan Manuel Rodríguez Estévez (COLEF)
Tecnologías de la información y la comunicación, redes digitales y sociedad Eric Hernández Ramírez (IIEc-UNAM) Rodrigo Perera Ramos (FCPyS-UNAM)	Problemas y nuevas tendencias de los sistemas agroalimentarios locales sostenibles y sus perspectivas de consumo Jessica Mariela Tolentino Martínez (IIEc-UNAM) Gerardo Torres Salcido (CIALC-UNAM)

AGRADECEMOS a quienes contribuyeron a que el VIII CNCS, *Las ciencias sociales en la pos-pandemia*, fuera un éxito:

Dr. Armando Sánchez Vargas, director del Instituto de Investigaciones Económicas, y a su equipo de trabajo por haber proporcionado la sede del Congreso y facilitado su desarrollo;

Dra. Guadalupe Valencia, Coordinadora de Humanidades;

Dr. Miguel Armando López Leyva, director del Instituto de Investigaciones Sociales;

Dra. Carola García Calderón, directora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales;

Dra. Mónica González Contró, directora del Instituto de Investigaciones Jurídicas;

Dr. David García Pérez, director del Instituto de Investigaciones Filológicas;

Mtro. Eduardo Vega López, director de la Facultad de Economía;

Dr. Melchor Sánchez Mendiola, Coordinador de la Universidad Abierta, Innovación Educativa y Educación a Distancia (CUAIEED);

Mtro. Ricardo Arroyo Mendoza, Director de Tecnologías de la Información, CUAIEED.

Nuestro reconocimiento a los 57 alumnos de licenciatura y posgrado que participaron en actividades de apoyo durante el Congreso.



Los trabajos incluidos en *Las ciencias sociales en la pos-pandemia*, coordinado por Jorge Cadena-Roa y Armando Sánchez Vargas, caen bajo la licencia de Creative Commons Atribución-Sin Derivar 4.0 Internacional (CC BY-ND 4.0). El contenido de dichos trabajos puede ser copiado y redistribuido en cualquier medio o formato, siempre y cuando se den los créditos correspondientes y no tenga fines comerciales.

El contenido, textos, cuadros e imágenes, de los trabajos publicados aquí es responsabilidad de sus autores y no necesariamente reflejan las opiniones de los coordinadores ni de las instituciones académicas a las que se encuentran adscritos.

Obra en www.comecso.com

Cómo citar:

Hernández Ramírez, Eric y Rodrigo Perera Ramos, coords. 2023. *Tecnologías de la información y la comunicación, redes digitales y sociedad*. Vol. XX de *Las ciencias sociales en la pos-pandemia*. Cadena-Roa, Jorge y Armando Sánchez Vargas, coords. México: COMECOSO.

Las ciencias sociales en la pos-pandemia

COORDINADORES GENERALES

Jorge Cadena-Roa
Armando Sánchez Vargas

VOLUMEN XX

Tecnologías de la información y la comunicación, redes digitales y sociedad

COORDINADORES

Eric Hernández Ramírez
Rodrigo Perera Ramos

ISBN Colección: 978-607-8664-30-6
ISBN Volumen XX: 978-607-8664-50-4

Consejo Mexicano de Ciencias Sociales, AC.
www.comecso.com

Instituto de Investigaciones Económicas
www.iiiec.unam.mx

Ciudad de México, 2023

Las ciencias sociales en la pos-pandemia consta de veintitrés volúmenes, correspondientes a los ejes temáticos desarrollados en el VIII Congreso Nacional de Ciencias Sociales, que se ponen a disposición del público en formato de documento portátil (.pdf). Dado que esta edición del Congreso fue híbrido, los eventos especiales del congreso (tales como las Conferencias Magistrales, Mesas Magistrales y Presentaciones de libro) fueron grabados y también se encuentran disponibles en formato digital. Junto con los volúmenes, pueden encontrarse en la siguiente dirección: <https://www.comecso.com/congreso-viii/volumenes>.

Índice

Presentación	11
<i>Jorge Cadena-Roa</i>	

Mensaje de bienvenida	19
<i>Armando Sánchez Vargas</i>	

Introducción	21
<i>Eric Hernández Ramírez y Rodrigo Perera Ramos</i>	

Industrias culturales y medios digitales

El autor en línea. Las plataformas digitales y los procesos de autopublicación en las industrias editoriales mexicanas	27
<i>José Antonio Martínez Díez Barroso</i>	

Uso de TikTok como herramienta de captación de votantes jóvenes en la Campaña Federal México 2021	45
<i>Laura Catalina Solano Avila</i>	

Desinformación y violencia digital

La construcción de la realidad en tiempos de desinformación.....	71
<i>Nelly Paola Castrejón Ramírez</i>	

Violencia en Espacios Sociodigitales en el Ámbito Educativo: Una Aproximación desde el Estado del Arte.....	91
<i>Octavio Tixtha López</i>	

Presentación

Jorge Cadena-Roa

Secretario Ejecutivo
COMECSO

Las ciencias sociales en la pospandemia comprende 23 volúmenes que reúnen los trabajos seleccionados por los coordinadores de eje para ser presentadas en el VIII Congreso Nacional de Ciencias Sociales (VIII CNCS) celebrado del 7 al 11 de noviembre de 2022 en las espléndidas instalaciones del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM, gracias a la generosa hospitalidad de su director, su equipo de trabajo, su comunidad académica y la de varias entidades de la UNAM que alojaron algunas actividades del Congreso.

El Congreso llevó por título *Las ciencias sociales en la pospandemia* porque la comunidad académica y el país en su conjunto estamos preocupados por el futuro inmediato: el país y el mundo comenzaban a salir de la pandemia de la COVID-19 y a entrar a una nueva etapa histórica, que a falta de mejor nombre le hemos llamado *pospandemia*.

Como es sabido, las medidas de confinamiento adoptadas para contener los contagios se tradujeron en un freno abrupto de las actividades económicas, educativas, sociales, artísticas, turísticas, de todas las actividades excepto las indispensables, por cerca de dos años. Perdimos seres queridos, muchas empresas quebraron, se perdió capital, empleos, ahorros, planes, certidumbre. Hay quienes piensan que volveremos a la “normalidad” anterior, pero no, tenemos que sacar las lecciones de esta dura experiencia y aprender a vivir y a organizarnos de otra manera. La distribución y aplicación de las vacunas producidas en tiempo récord en varios laboratorios del mundo permitió salir del confinamiento y que paulatinamente se reanudaran las actividades presenciales. Estamos saliendo de un periodo inesperadamente largo durante el que muchas cosas cambiaron, algunas de manera pasajera, otras de manera permanente.

La COVID-19 fue un flagelo que cobró la vida de millones de personas en el mundo y de cientos de miles en México. Para tener una idea de la dimensión de la tragedia humana por la que hemos pasado, se puede comparar con anteriores, por ejemplo, el número de personas que fallecieron en nuestro país por motivos relacionados con la COVID-19 es menor al que se estima perdió la vida durante los años de la Revolución mexicana, un millón de personas entre 1910 y

1917, pero aproximadamente 40 veces más que el número de los que fallecieron a causa del peor desastre vivido por mi generación: los sismos del 19 de septiembre de 1985.

Nos queda por delante la recuperación del desastre, de las vidas humanas que se perdieron, con todo lo que implica para sus familias, sus seres queridos, sus comunidades, para el país, desastre que corrió paralelo al mayor desajuste económico mundial en cien años. A lo anterior se suma el creciente deterioro de la seguridad pública, retrocesos respecto a los logros alcanzados durante décadas de construcción de la democracia en México, violaciones a los derechos humanos derivados de la creciente presencia del ejército en asuntos de seguridad pública y una crisis del Estado constitucional de derecho, la cual está “caracterizada por un déficit en el apego a las normas que integran nuestro marco jurídico,” como ha señalado del directora del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM (*Gaceta UNAM*, 8 de septiembre del 2022).

La lista de amenazas y retrocesos podría alargarse, pero solo agrego que, ahora que más se necesita del conocimiento científico, el presupuesto destinado a la ciencia, la tecnología y la innovación ha disminuido y que el diseño de políticas públicas basadas en evidencias ha sido desplazado por decisiones unilaterales, cuando no unipersonales. Este breve e incompleto balance de la situación es suficiente para darnos cuenta de que el país enfrenta enormes desafíos en el futuro inmediato. Así estamos, no sirve de nada ocultarlo, minimizarlo, hacer como si no pasara nada o como si la orientación de lo que pasa no fuera tan negativa.

Cuando se declaró la pandemia en México, en marzo del 2020, nuestra primera reacción fue que se trataba un problema cuya atención correspondía a médicas y enfermeros, personal de salud y servicios de emergencia. Al cabo de un par de semanas nos dimos cuenta de que estábamos ante un desastre de trascendencia histórica y que *las Ciencias Sociales eran absolutamente indispensables* no solo para entender su dimensión y alcances, sino para proponer formas de intervención frente a los problemas sociales, económicos, políticos y de salud mental que se veían venir inevitablemente

Este primer congreso de Ciencias Sociales de la pospandemia —el anterior se realizó en línea durante la pandemia en noviembre del 2020—, ha sido el más incluyente de cuantos COMECESO ha organizado hasta la fecha. Eso se corresponde con que actualmente se encuentran afiliadas al Consejo 97 entidades académicas de las Ciencias Sociales de todo el país.

Fuimos muy afortunados de contar con la participación de diez destacados conferencistas

magistrales que trataron importantes temas. Alba Carosio, *El cuidado como bien público: rutas y posibilidades de transformación social feminista*; Gabriela Dutrénit Bielous, *Repensando los vínculos entre política de ciencia, tecnología e innovación, crecimiento e inclusión social*; Gerardo Esquivel Hernández, *La economía mexicana frente a la reglobalización*; Mario Luis Fuentes Alcalá, *Neoliberalismo, hábitus y cuestión social*; Juan Manuel Rodríguez Esteves, *Los desastres en México desde las ciencias sociales*; Carolina Santillán Torres Torija, *Salud mental en estudiantes, los efectos de la pandemia en una muestra de escolares*; Sidney Tarrow, *Movements and Parties in the US: Lessons from (and for) Latin America*; Guillermo Trejo, *Ecosistemas de violencia local y gobernanza criminal en México*; Eduardo Vega, Marisa Mazari Hiriart, Paola Massyel García Meneses y Luis Miguel Galindo Paliza, *Cambio climático, agua y desarrollo: desafíos de la pospandemia*; Julián Ventura *México en el mundo: rutas de navegación en el contexto geopolítico global*.

En congresos anteriores no habíamos llegado a 20 Ejes temáticos. El VIII CNCS convocó a la participación de los interesados en torno a 27 ejes temáticos de manera que todos los que practican o estudian ciencias sociales se sintieran convocados a presentar trabajos, que sintieran que éste era su Congreso. En respuesta a la convocatoria recibimos 949 ponencias y los 64 coordinadores de eje aceptaron 827 que fueron presentadas en 155 mesas de trabajo. Se programaron 42 mesas magistrales, más que en cualquier otro congreso anterior, con la participación de 147 especialistas. Se realizó una feria del libro de las ciencias sociales en la que participaron 23 casas editoriales y se presentaron 41 libros. Como en congresos anteriores, se impartieron talleres sobre temas como sociología visual, aplicaciones etnográficas en ciencias sociales (Taller ApEtno), contención emocional en la investigación cualitativa, análisis de redes sociales para la investigación usando SENTIK, gestores de referencias bibliográficas para la investigación social, las escalas demográficas y geográficas de las encuestas del INEGI, y manejo de ATLAS.ti para el análisis de datos cualitativos.

Las conferencias, mesas magistrales y presentaciones de libros fueron transmitidas en vivo y esas, junto con los videos de otras actividades organizadas por el COMECOSO se pueden consultar en nuestro canal de YouTube (<https://www.youtube.com/comecso>) que suma ya más de 1,850 suscriptores y que contiene 168 videos.

Teníamos la intención de ampliar la cobertura temática de los congresos nacionales de

ciencias sociales, reforzar la vocación interdisciplinaria del Consejo, multiplicar las oportunidades de contacto entre practicantes de diversas disciplinas, atraer la atención sobre algunos de los problemas más apremiantes que enfrentamos e incentivar la formulación de propuestas de intervención de los sectores social, gubernamental, legislativo, privado y académico para atenderlos.

Por ello, en el VIIICNCS se incluyeron nuevos ejes temáticos como los siguientes: *ciencias de las organizaciones públicas, privadas y de la sociedad civil* porque es evidente que las organizaciones son la vía más efectiva para canalizar esfuerzos colectivos orientados a solucionar problemas o producir efectos deseables. Tenemos que impulsar el estudio de las organizaciones a fin de potenciar la eficacia, eficiencia, relevancia y legitimidad de la acción colectiva; las *ciencias jurídicas* porque las leyes son la forma de regular las relaciones sociales en condiciones democráticas y de economía de mercado, de acotar las decisiones discrecionales y arbitrarias de diferentes actores, de procurar que las relaciones entre las partes se mantengan dentro de marcos conocidos y regulados; *la democracia ante nuevos desafíos: polarización, declive y resiliencia* porque en diferentes partes del mundo, aun en países con democracias consolidadas, los sistemas democráticos han sufrido deterioros y regresiones que es necesario entender, contener y revertir, de manera que la democracia se conserve, se amplíe, se profundice y prevalezca por encima de las amenazas populistas; *opinión, pública, comunicación y encuestas* para entender la dialéctica de los discursos polarizantes, sus intenciones, la necesidad de distinguir entre información verdadera y falsa, que nos permita comprender cómo se moldea el sentido común y se producen el consenso y el disenso, para discernir la importancia de la deliberación en la toma de decisiones públicas y de la rendición de cuentas como responsabilidad democrática; *sustentabilidad, recursos naturales y energías limpias* porque sabemos de las amenazas que enfrenta la humanidad por el deterioro ambiental, el calentamiento global, la creciente escasez de agua potable, la zoonosis y otras amenazas que deben atenderse de inmediato; *tecnologías de la información y la comunicación, redes digitales y sociedad* porque la pandemia aceleró el uso de diferentes tecnologías en el hogar, en la escuela, en el trabajo y está por conocerse su impacto en la sociedad, particularmente por el uso de inteligencia artificial en diferentes actividades; *vulnerabilidades, riesgos y desastres* porque la pandemia debe ser analizada como un desastre mayúsculo y porque resulta evidente que hay un margen muy considerable para mejorar lo que hemos hecho en materia de prevención, atención y

recuperación. Debemos asumir que los desastres no son productos de la naturaleza, que debemos estar preparados para enfrentarlos y sacar las lecciones de los anteriores; *Sistemas agroalimentarios* porque el tema de la producción, distribución y consumo de alimentos para una población creciente es de importancia vital, lo mismo que la atención a los problemas de salud asociados con el consumo de algunos alimentos y bebidas, como la obesidad, la diabetes y la hipertensión, enfermedades crónico-degenerativas que en México han alcanzado niveles alarmantes.

Otros ejes temáticos del Congreso estuvieron dedicados a temas que habitualmente se tratan en los congresos del COMECOSO y generan importantes intercambios de ideas y propuestas, como ciencia, tecnología e innovación, cultura, religiones y representaciones colectivas, problemas económicos y de política pública, desigualdades, vulnerabilidades e interseccionalidad, población y desarrollo, educación, estudios de género, mercados de trabajo, relaciones internacionales, migraciones, la vida en las ciudades, sociedad civil, protestas y movimientos sociales, salud pública, violencias, ilegalidades y crimen, padecimientos mentales, problemas teóricos y metodológicos de las ciencias sociales, entre otros.

Con nuestro congreso bienal queremos mostrar que la ciencia sociales —las ciencias de las organizaciones, la antropología, las ciencias jurídicas, la ciencia política, la comunicación, la demografía, la economía, la geografía, la historia, la psicología social, las relaciones internacionales y la sociología—, todas las ciencias sociales cuentan con capacidades científicas instaladas muy considerables, que tienen capacidades para definir y estudiar problemas complejos, jerarquizarlos, elaborar diagnósticos, identificar causas y consecuencias, generar conocimientos nuevos, proponer soluciones y evaluar los resultados de intervenciones previas.

El VIII CNCS mostró las capacidades científicas instaladas con las que cuenta el país para comprender los procesos económicos, sociales, políticos, culturales, ambientales; para proponer formas de intervención basadas en evidencias que enfrenten los graves problemas que nos amenazan, que también nos ayuden a prevenir, preparar, responder y recuperarnos de desastres que inevitablemente ocurrirán en el futuro. Con este Congreso refrendamos nuestra disposición a poner el conocimiento generado por las Ciencias Sociales al servicio del país. Con Clausewitz decimos: *el conocimiento se debe transformar en capacidades genuinas*. La clave para conseguirlo se encuentra en estrechar los lazos y la colaboración entre pensadores (*thinkers*), particularmente quienes se dedican al estudio sistemático de causas y consecuencias, e implementadores (*doers*),

es decir, técnicos, políticos y diseñadores de política pública.

Por nuestra parte, apostamos al fortalecimiento de la comunidad científica y refrendamos nuestro compromiso social. Tenemos propuestas viables para enfrentar los más diversos problemas de la convivencia social en paz, justicia y democracia. Lo que nos motiva es una firme voluntad de comprender de manera sistemática y basada en evidencias fenómenos de la vida en sociedad. El mejor ambiente para ello es la autonomía universitaria, consagrada en el artículo 3º Constitucional. No nos mueve una lógica de poder, sostenemos que la ciencia debe permanecer ajena a las contiendas políticas y los discursos ideológicos. Queremos sí, un mejor país, y nuestra manera de contribuir a ello es proporcionado una base científica para el diseño y evaluación de las políticas públicas.

Como nos propusimos desde el VICNCS, seguiremos desarrollando ciencia básica, pero también queremos desarrollar ciencia post-académica, es decir, no dirigida solamente especialistas y a nuestros pares, sino a actores no académicos, sociales, gubernamentales, legislativos, del sector privado, que se traduzca en resultados y productos que pueden elevar la calidad de vida de la población, mejorar el funcionamiento de las instituciones, mejorar la efectividad de los sistemas de procuración e impartición de justicia, enfrentar los desafíos del cambio climático, atender las problemáticas que enfrentan los migrantes, la falta de empleo, superar las limitaciones fiscales y la austeridad gubernamental que en la práctica se traduce en la destrucción de capacidades estatales y en una severa limitación de la acción pública estatal. No tenemos duda de que las ciencias sociales pueden contribuir a la comprensión y atención de los graves problemas que enfrentamos como colectividad.

Lo que sigue se parece a la parte final de las películas en la que se dan los créditos a quienes participaron en ella. Normalmente, apenas termina la última escena, el público se empieza a levantar de sus asientos. Aunque pocos leen los créditos, hay que consignarlos, no solo para reconocer y agradecer a todos y cada uno de los que hicieron posible que se filmara la película, sino para sugerir, aunque sea indirectamente, que para hacerla fue necesaria la participación de cientos y, en ocasiones, miles de personas. No se trata nada más del trabajo del director, del productor y de los actores principales. Guardadas las proporciones, algo así sucede con la organización de un congreso. Se empieza cuando el Comité directivo selecciona una sede para el congreso, nombra al Comité científico, elige el título del congreso, escoge los ejes temáticos,

designa a sus coordinadores y de ahí en adelante. En fin, podría extender los paralelismos entre filmar una película y organizar un congreso en el que participan cientos de personas de todo el país y del extranjero. Así que corren los créditos de nuestro congreso.

Agradezco, en nombre del COMECSO a todos los que hicieron posible que el VIIICNCS fuera un éxito, a los conferencistas, ponentes, moderadores y comentaristas y al público que de manera presencial o remota siguió sus actividades.

Son muchas las personas e instituciones con las que estamos muy agradecidos: con el director del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM, Dr. Armando Sánchez Vargas quien, pese a las difíciles condiciones del país, de los cambios desfavorables que se han venido registrando en las políticas de ciencia y tecnología, aceptó con entusiasmo el reto de ser el anfitrión de este Congreso; con el Comité directivo del COMECSO por la confianza depositada en esta Secretaría Ejecutiva. Agradezco muy especialmente Al Dr. Mauricio Sánchez Menchero, director del el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, por su apoyo continuo a las actividades del Consejo, pero en especial por facilitar el espacio y los servicios que requiere la sede del Consejo; con las entidades de la Universidad Nacional Autónoma de México que apoyan generosamente las actividades cotidianas del Consejo: la Dra. Guadalupe Valencia, Coordinadora de Humanidades; la Dra. Carola García Calderón, directora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales; Dr. Tomás Rubio Pérez, director de la Facultad de Contaduría y Administración; Mtro. Eduardo Vega, director de la Facultad Economía; Dra. Mónica González Contró, directora del Instituto de Investigaciones Jurídicas; Dr. David García Pérez, director del Instituto de Investigaciones Filológicas; Dr. Miguel Armando López Leyva, director del Instituto de Investigaciones Sociales; Dr. Melchor Sánchez Mendiola, Coordinador de la Universidad Abierta, Innovación Educativa y Educación a Distancia (CUAIEED) y al Mtro. Ricardo Arroyo Mendoza, Director de Tecnologías de la Información de la CUAIEED.

No porque aparezcan al final son menos importantes, de hecho, su papel en la organización del Congreso es de la mayor importancia. Agradezco a mi equipo de trabajo en el COMECSO: Sandibel Martínez, Roberto Holguín, Laura Gutiérrez, Anabel Meave y Edgar Martínez. Ellos participaron en las diferentes etapas de la organización y desarrollo del congreso y también en la formación y diseño editorial de estos volúmenes. En la formación de los textos colaboraron Uriel Carrillo y Sofía Ziri6n. María Victoria Jiménez Sánchez diseñ6 la portada. Nuestro reconocimiento

a los 57 alumnos de licenciatura y posgrado que apoyaron las actividades del Congreso durante toda la semana.

Esperamos que hayan disfrutado la película, nuestra superproducción bienal. Hicimos nuestro mejor esfuerzo para motivar la participación, que el Congreso resultara interesante y provechoso para los participantes. Ahora publicamos las ponencias presentadas con la intención no solo de dejar constancia de lo realizado, sino de llegar a públicos cada vez más amplios y reivindicar la importancia de las Ciencias Sociales para la comprensión de los problemas nacionales y su capacidad de generar propuestas de atención y solución a ellos. De esa manera esperamos contribuir a que se haga cada vez más y mejor investigación, de que se presenten más y mejores propuestas de intervención para la solución de problemas, que se conozcan las capacidades instaladas con las que cuenta el país en ciencias sociales, que se sepa de qué manera pueden contribuir a la comprensión y solución de los grandes problemas nacionales.

Mensaje de bienvenida

Armando Sánchez Vargas

Director

Instituto de Investigaciones Económicas; UNAM

El destacado compromiso del Consejo Mexicano de Ciencias Sociales (COMECSO) con la generación y difusión del conocimiento que producen los científicos sociales en México y el mundo se ve coronado, cada dos años, con la realización del Congreso Nacional de Ciencias Sociales. En 2023, COMECSO confirió al Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM (IIEc) el grato honor de colaborar como organizador de su octavo congreso nacional. Así, el IIEc tuvo la oportunidad de contribuir a la realización de este magno evento, siempre con el compromiso de lograr estándares de calidad internacional, mediante una eficiente programación y logística, así como de ofrecer una cálida estancia a los participantes.

La comunidad académica nacional e internacional mostró gran interés y participación en la octava edición de este congreso que, sin duda, abrió un invaluable espacio a la discusión, reflexión y retroalimentación de ideas dirigidas a la búsqueda de soluciones de una gran diversidad de problemáticas sociales. En el IIEc estamos convencidos de que la entusiasta participación de investigadores y especialistas de diferentes disciplinas en este congreso propició la actualización científica, el intercambio de conocimientos, la formación de nuevas colaboraciones profesionales y una mayor visibilidad de los recientes hallazgos de investigación en las diferentes áreas de las ciencias sociales.

El Instituto reconoce la enorme aportación al éxito del Congreso por parte de distintas entidades de la Universidad Nacional Autónoma de México, entre las que destacan el Instituto de Investigaciones Sociales (IIS), el Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ), la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) y el Instituto de Investigaciones Filológicas (IIFL).

Confiamos en que esta experiencia haya sido fructífera para todos los participantes y manifestamos nuestra gratitud a COMECSO, por la confianza depositada, y a todas las sedes participantes, por su extraordinario apoyo, sin el cual este magnífico y exitoso evento habría sido imposible.

Sin duda, la realización de estos congresos promueve el avance y desarrollo de las

humanidades, al tiempo que fortalece la investigación y el conocimiento al servicio de la sociedad mexicana.

Atentamente,

“POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU”

Ciudad Universitaria, Ciudad de México.

Introducción

Tecnologías de la información y la comunicación, redes digitales y sociedad

Eric Hernández Ramírez (IIEc-UNAM)
Rodrigo Perera Ramos (FCPyS-UNAM)
Coordinadores

El año 2022 estuvo marcado por un regreso paulatino a los claustros académicos tras dos años de confinamiento, producto de la pandemia ocasionada por el Sars-Cov2, en el que tanto la labor docente como investigativa y de divulgación de la cultura y de la ciencia, por parte de la gran mayoría de las universidades en todo el país, se realizó a distancia mediante las tecnologías digitales.

El sector educativo y académico no fue el único que de la noche a la mañana se vio obligado a realizar prácticamente todas sus actividades y procesos a distancia mediante las tecnologías computarizadas, sino que gran parte de los sectores económicos, principalmente el de servicios, tuvieron que adaptarse a las condiciones de la pandemia mediante el teletrabajo o *home office* u ofreciendo sus productos y servicios a través de Internet.

En este contexto, las tecnologías digitales cobraron una centralidad sin precedentes en prácticamente todas las actividades del ser humano, desde el arte, la cultura y la educación, hasta la producción y circulación de bienes y servicios. El uso de estas herramientas computarizadas, si bien facultaron que las diversas actividades sociales no se vieran tan afectadas por el confinamiento, también dejó ver una serie de problemáticas asociadas a las brechas digitales, la desigualdad social y a las malas prácticas del uso de estos artefactos como lo son la proliferación de noticias falsas (*fake news*) y la desinformación a través canales digitales, lo que la Organización Mundial de la Salud etiquetó como infodemia¹.

Con relación a lo anterior, diversos académicos y académicas han señalado que la forzada digitalización, en las múltiples esferas de la vida humana, ha conducido hacia el desarrollo acelerado de una infraestructura digital secundaria, como lo son las plataformas y las tecnologías de inteligencia artificial, lo que ha generado una mayor desigualdad social tanto en individuos y grupos sociales, como entre los países que ya cuentan con una desarrollada infraestructura digital

primaria y los que aún la están desarrollando (Ganichev y Koshovets, 2021).

Igualmente, han señalado que la acelerada plataformización de las actividades social, producto de la pandemia, está acarreado una mayor vigilancia por parte de los estados y un mayor control de la población, por parte de gobiernos y corporaciones, para acrecentar el poder político y económico (Sajda, 2021).

En suma, gran parte de la literatura académica que ha empezado a estudiar el fenómeno del uso de las tecnologías informáticas en las circunstancias pandémicas y pos-pandemia, coinciden en que estas formas radicales de transformación digital han exacerbado los problemas vinculados a la colonización del espacio económico y social por parte de las plataformas, lo que inevitablemente se dirige hacia una profundización de la crisis política en la que ya se encontraban la mayoría de las democracias occidentales, aún antes de la emergencia sanitaria (Gavrilenko y Markeeva, 2020).

A partir del escenario expuesto, en el VIII Congreso Nacional de Ciencias Sociales (COMECSO): Las ciencias sociales en pos-pandemia, se incorporó por primera vez, en la historia del COMECSO, un eje temático dedicado al estudio de las tecnologías digitales, desde una mirada social. En este eje se llevaron a cabo seis mesas de trabajo en las que se expusieron 24 ponencias en donde los y las participantes analizaron, desde las diferentes áreas de las ciencias sociales, fenómenos y problemáticas vinculados al uso de las herramientas informáticas. Cabe destacar que la mayoría de los trabajos expuestos en las mesas de trabajo retomaron al periodo de la pandemia (2020-2022) como marco contextual, con el fin de elaborar sus diversas investigaciones.

De este modo, en estas memorias se exponen cinco de los trabajos presentados en las mesas de este eje temático. El primero de ellos, *El autor en línea. Las plataformas digitales y los procesos de autopublicación en las industrias editoriales mexicanas*, examina las diferentes transformaciones en las industrias editoriales mexicanas a raíz de la plataformización y los procesos de autopublicación, que se vieron incrementados durante el periodo de pandemia.

El autor sostiene que el mercado capitalista se convirtió en la principal fuerza reguladora, asumiendo una lógica en la que domina la valoración de los autores a partir del número de seguidores con los que cuentan en sus redes sociodigitales.

El segundo trabajo que lleva como título *Uso de TikTok como herramienta de captación de votantes jóvenes en la Campaña Federal México 2021* expone, a través de un análisis de contenido,

cómo fue utilizada esta red por diferentes actores protagonistas de las elecciones intermedias de México, la cual transcurrió durante la emergencia sanitaria. La autora destaca en sus conclusiones la importancia de la participación de los y las jóvenes en las campañas políticas dentro de esta aplicación digital.

El tercer trabajo *La construcción de la realidad en tiempos de desinformación* de Nelly Paola Castrejón Ramírez estudia el fenómeno de la infodemia, con el fin de explicar cómo se construyen diversas realidades en las que se le da valor a la información falsa, lo cual conduce a distintos puntos de acción. En sus conclusiones subraya el hecho de que la construcción diferenciada de la realidad procede no solo de la desinformación, sino también de la socialización, que acompaña a estos procesos comunicativos.

Octavio Tixtha López, plantea en este cuarto trabajo un estado del arte sobre la violencia dentro de los espacios sociodigitales en el ámbito educativo. El estudio que presenta está basado en la búsqueda temática que realizó en diferentes plataformas especializadas. A partir de ello, el autor seleccionó 13 artículos científicos, cinco libros y dos tesis doctorales para construir una discusión teórica sobre este fenómeno de estudio, tomando en cuenta el contexto de la pandemia como un referente esencial para adentrarse a una discusión actualizada sobre el tema en cuestión.

Por último, el trabajo de Jorge Nicolas Russ Moreno debate sobre la supuesta neutralidad de la ciencia y la tecnología, para advertir de la existencia de un capitalismo algorítmico en el que se perpetúan y fomentan viejas y nuevas estructuras de desigualdad social, a través de las plataformas digitales. El texto hace hincapié en que, aunque pueden existir prácticas en estos medios digitales que apunten hacia una mayor igualdad, éstas no nacen de un interés genuino, sino de intereses capitalistas que tienen como intención hacer un nuevo lavado de reputación.

Notas:

* La infodemia se refiere a “una cantidad excesiva de información –en algunos casos correcta, en otros no– que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan. El término infodemia se refiere a un gran aumento del volumen de información relacionada con un tema particular, que puede volverse exponencial en un período corto debido a un incidente concreto como la pandemia actual. En esta situación aparecen en escena la desinformación y los rumores, junto con la manipulación de la información con intenciones

dudosas. En la era de la información, este fenómeno se amplifica mediante las redes sociales, propagándose más lejos y más rápido, como un virus...” (Organización Panamericana de la Salud, 2020: 2).

Referencias:

- Ganichev, N.A. y Koshovets, O.B. (2021). “Forcing the digital economy: How will the structure of digital markets change as a result of the Covid-19 pandemic”, *Studies on Russian Economic Development*, Vol. 32: 11-22.
- Gavrilenko, Olga Vladimirovna y Markeeva, Anna Valer'yevna (2020). “Digital colonization: Development of digital platforms in the context of a pandemic”, *Postmodern Openings*, Vol. 11: 65-73.
- Organización Panamericana de la Salud (2020). *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19*, Estados Unidos: Organización Panamericana de la Salud.
- Sajda, Qureshi (2021). “Pandemics within the pandemic: confronting socio-economic inequities in a datafied world”, *Information Technology for Development*, Vol. 27 (2): 151-170.

Industrias culturales y medios digitales

El autor en línea. Las plataformas digitales y los procesos de autopublicación en las industrias editoriales mexicanas

The author online. Digital platforms and self-publishing processes in the Mexican publishing industries

*José Antonio Martínez Díez Barroso **

Resumen: Este trabajo examina las diferentes transformaciones en las industrias editoriales mexicanas para argumentar que, con la llegada de las plataformas digitales y sus procesos de autopublicación, intensificados después de la pandemia global de 2019, el mercado capitalista se convirtió en la principal fuerza reguladora. Sostiene que existen cambios en las formas en que trabajan los escritores bajo el modelo implementado por la autopublicación, pasando de ser autores que negociaban con los diferentes actores que componían la cadena productiva como editores y agentes literarios a ser autores valorados por sus seguidores en redes sociales

Abstract: This paper examines the different transformations in the Mexican publishing industries to argue that, with the arrival of digital platforms and their self-publishing processes, intensified after the 2019 global pandemic, the capitalist market became the main regulatory force. It maintains that there are changes in the ways in which writers work under the model implemented by self-publishing, going from being authors who negotiated with the different actors that made up the production chain such as publishers and literary agents to being authors valued by their followers on social networks.

Palabras clave: Digitalización; Tecnologías de la información; Plataformas digitales; Industrias editoriales; Autopublicación.

1. Introducción

Este trabajo examina las diferentes transformaciones en las industrias editoriales mexicanas para argumentar que, con la llegada de las plataformas digitales y sus procesos de autopublicación, intensificados después de la pandemia global de 2019, el mercado capitalista se convirtió en la principal fuerza reguladora. Sostiene que existen cambios en las formas en que trabajan los escritores bajo el modelo implementado por la autopublicación, pasando de ser autores que

* Maestro en Estudios Latinoamericanos, UNAM. Líneas de investigación: historia del libro y teoría crítica. Institución de adscripción: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. Correo electrónico: antonol-9@hotmail.com

negociaban con los diferentes actores que componían la cadena productiva como editores y agentes literarios a ser autores valorados por sus seguidores en redes sociales.

Por consiguiente, esta participación describe las tres plataformas más usadas en México por escritores y lectores para exponer su funcionamiento. Se concentra en Kindle Direct Publishing (Amazon), Google Play Libros y Apple Books. Aunque dichas plataformas se especializan en la edición multiformato, se inclinan por la utilización de uno en particular: Mobi en el caso de Amazon y EPUB y PDF en los de Google y Apple. Asimismo, esta investigación se limita al análisis de novelas por ser el género literario más vendido y escrito en el siglo XXI y a la figura del autor porque, de entre todos los actores que conforman la industria editorial, son quienes han experimentado las mayores transformaciones.

Además, busca arrojar luz sobre la implicación que tienen las plataformas digitales para las industrias editoriales mexicanas y para sus autores. La pregunta que guía este trabajo es ¿de qué forma los cambios en el mundo de los libros, especialmente los procesos de autopublicación, han afectado el contexto actual de la edición en México? Para responderla se hace, en primer lugar, un repaso a las transformaciones que ha sufrido la historia del libro; posteriormente, se realiza una revisión bibliográfica para comprender dichos cambios con relación a la autopublicación y a la llegada de las plataformas; por último, se lleva a cabo una descripción del comportamiento de las plataformas con el objetivo de entenderlas mejor.

Por lo tanto, este trabajo concluye que la autopublicación de títulos exitosos obedece más a criterios mercantiles y a la maximización de la ganancia que a un legítimo deseo de democratizar la industria editorial.

2. Las transformaciones en la historia del libro

El mundo de los libros en occidente ha experimentado múltiples transformaciones, unas más pronunciadas que otras, pero todas ellas asociadas a la materialidad por medio de la cual se producen y distribuyen las publicaciones. Uno de estos momentos constitutivos fue la creación de la imprenta, la cual hizo que el conocimiento albergado en los libros dejara de ser accesible únicamente para quienes tuvieran los medios económicos suficientes, y, de cierto modo, democratizó el saber. Mientras más obras se difundían, los costos se abarataban, aumentando la circulación del libro. Sin embargo, como cualquier actividad que apunte hacia un reparto

equitativo, enfrentó reticencias que con el tiempo se volvieron abiertos ejercicios de censura. Por dar algunos ejemplos, había libros que pasaron a engrosar listas prohibidas que por el simple hecho de estar proscritas despertaban —sin pretenderlo— toda clase de curiosidades; existían también libros expurgados cuyas líneas pasaban previamente por los ojos de censores que bajo criterios religiosos y sabedores de las llamadas “buenas costumbres” tachonaban u omitían pasajes enteros.

Precisamente, muchos de los libros que democratizó la imprenta iban en contra de intereses fuertemente afianzados en el entonces Estado monárquico o en la organización religiosa. Se aceptaban los libros que, por ser poco críticos o condescendientes, resultaban funcionales al poder, y se buscaba eliminar aquellos que increpaban la tradición dominante. La mejor forma de hacerlo era atentar directamente contra su materialidad. Muchos regímenes lo llevaron a cabo. Diocleciano quemó los libros de alquimia por contravenir la cosmovisión adoptada por su imperio; el religioso y confesor de los médicos, Girolamo Savonarola, propició en Florencia lo que denominó la “hoguera de las vanidades”, una quema de objetos y, sobre todo, de libros condenados por las autoridades eclesiásticas por ser considerados como pecaminosos; incluso el nazismo arrojó libros al fuego: en 1933 prendió una gran fogata hacia la cual lanzaron publicaciones de escritores judíos, marxistas y pacifistas, destacando entre las llamas, como era de esperar, varias ediciones de *El capital*.

El atentado contra la materialidad de los libros ha ido de la mano con su historia. Algún desaguisado contra cualquier escritor puede ocasionar que sus libros terminen en cenizas. Por ejemplo, después de que grupos fundamentalistas le declararan la fatua, aparecieron muchos videos en internet que mostraban las novelas de Salman Rushdie hechas cenizas. Así, la palabra que incomoda es peligrosa. Cuando John Lennon dijo en 1966 sobre los Beatles “We’re more popular than Jesus now” ocasionó un caos que se reflejó, entre otras cosas, en que los libros de la banda pasaran a alimentar grandes piras alrededor del mundo.

Así, arremeter contra la materialidad de los libros siempre ha sido la mejor forma de silenciarlos. Bajo esa lógica se halla el inexacto y visceral criterio que razona que un escritor, cuya publicación no se puede conseguir, termina amordazado. Afortunadamente para el mundo de las letras, no hay nada más alejado de la realidad. La edición se ha encargado de traer a la luz autores poco conocidos o cuya obra experimentó algún tipo de censura. Ese es una de las labores, por ejemplo, de la ecdótica. Su finalidad es publicar textos del pasado lo más fielmente posible al original o a la voluntad del autor, reduciendo al mínimo los errores de transcripción.

Por otro lado, la imprenta no ha sido la única transformación que ha sufrido la publicación de libros. Son muchos y muy variados los momentos de quiebre con respecto a una tradición editorial precedente. Uno de ellos lo conforma también el proceso de industrialización que, en su momento, desplazó a los tipos móviles de Gutenberg para dar paso a la producción en serie y, como lo pensaba Walter Benjamin (1989), a la reproductibilidad técnica.

Como le sucedió a cualquier producto que poseyera una materialidad concreta, la industrialización en la publicación de libros reforzó los centros de producción dominantes, los cuales llevaban sus mercancías e irradian su influencia cultural hacia la periferia. La República de las Letras, por ejemplo, identificada con el clima cultural y bohemio que emanaba del París de la ilustración se tornó en el siglo XIX aún más central. Mucha de la producción editorial francófona se generaba desde allí y, a través de los múltiples canales de distribución de las editoriales transnacionales como Hachette, repartían —y aún lo hacen— su contenido a las regiones que tenían al francés como lengua principal, tal es el caso de Quebec o de algunas islas de las Antillas.

De tal forma, la transnacionalización de la industria editorial, mediante monopolios fuertemente diversificados y que cuentan con redes de transmisión global, es, tal vez, una más de las transformaciones que el libro ha experimentado. Este rasgo no deja de ser sintomático del contexto cultural globalizado. El mercado de bienes simbólicos en el que circulan internacionalmente productos culturales como los libros abre fronteras para el tránsito de mercancías a costa de impedir el de personas. En un momento coyuntural en el que la producción de libros se encamina hacia lo que el economista y filósofo Franz Hinkelammert llama “totalitarismo de mercado” (2018), es más pertinente que nunca la reflexión que Marx y Engels hacían en 1848 en las páginas del *Manifiesto del partido comunista* sobre la literatura mundial:

Mediante la explotación del mercado mundial, la burguesía ha marcado con una impronta cosmopolita la producción y el consumo de todos los países. Frente a los reclamos de los sectores reaccionarios, ha horadado los cimientos nacionales de la industria. Las viejas industrias nacionales han sido destruidas y lo siguen siendo aún. Son sustituidas por otras cuya instauración es asunto vital para todas las naciones civilizadas; son reemplazadas por industrias que ya no procesan como antes materias primas del país, sino unas traídas de los más lejanos territorios, y cuyas manufacturas son comercializadas no solo dentro del propio

país, sino en todas partes del mundo. En lugar de las viejas necesidades, satisfechas por la producción nacional, aparecen otras nuevas que reclaman para su satisfacción los productos de tierras remotas. En lugar del autoabastecimiento local y nacional y del aislamiento, hay un tráfico multilateral y una interdependencia que compromete a todas las naciones. Y lo que sucede con la producción material, acontece también con la de bienes simbólicos. Los productos simbólicos de las diferentes naciones devienen patrimonio compartido. La particularidad y delimitación de lo nacional se tornan cada vez menos sostenibles, y de las diversas literaturas locales y nacionales se conforma una literatura mundial. (Citado en Locane, 2019: 15)

En otras palabras, la transformación en el mundo de los libros que subrayan Marx y Engels está basada en la emergencia de un mercado global, el cual coloca al valor de cambio por encima de cualquier otro valor. No se trata de que un contenido provocador se posicione entre las listas de los más vendidos, sino de la creación de una mercancía lo suficientemente atractiva como para comercializarse en un mercado cuya expansión va más allá de los límites fronterizos.

Ahora bien, mientras que la imprenta trajo consigo el cuestionamiento de ciertas estructuras de poder hegemónico como el religioso, la internacionalización de la industria editorial permite la publicación de casi cualquier temática siempre y cuando pueda venderse rápidamente. En el siglo XXI, por ejemplo, se imprimen más libros de los que es posible leer. Según datos de la UNESCO al año se editan cerca de 2.2 millones de libros. Un hipotético lector que quisiera conocer todas esas publicaciones tardaría varias vidas para desentrañar lo que ahí está escrito. “Los demasiados libros”, como bautizó a este fenómeno el poeta Gabriel Zaid (2020), son posiblemente otra de las transformaciones en el mundo de los libros.

No obstante, si bien la imprenta, la industrialización y la globalización editorial son algunos de los cambios más destacables por los que ha transitado la historia del libro, probablemente el punto de inflexión que marcar un antes y un después es la llegada del internet en el siglo XX —y su ascenso en el XXI— como medio primordial de transmisión de mensajes.

Su despunte, cuyos orígenes se remontan al Departamento de Defensa de Estados Unidos y a la inversión gubernamental, trastocó no solo los procesos comunicacionales, sino también los modos de relacionarse. Paulatinamente, la conexión en red se ha extendido entre la sociedad. De

acuerdo con datos del Banco Mundial, en 2020, 60% de la población global usaba, de alguna u otra manera, las redes como medio de comunicación, lo que representa un exponencial crecimiento con respecto al 7% del año 2000. Aunado a lo anterior, la pandemia global de 2019 afectó la dinámica en que las sociedades se relacionan. Si la globalización ocasionó que los mensajes se transmitieran de forma expedita y que requirieran periodos muy breves de tiempo para llegar de un extremo al otro del mundo, la pandemia hizo de la comunicación a través de internet el mejor medio para socializar. En la red las personas trabajan, se entretienen, buscan relaciones sexoafectivas, conocen nuevas amistades, etc.

Muchas actividades se realizan de cara al monitor. La escritura, la lectura y la edición no son la excepción. La industria editorial ha migrado con gran fuerza hacia la publicación de libros electrónicos en diferentes formatos. Casi todas las editoriales, desde las más grandes hasta las independientes, cuentan con programadores que adaptan el libro analógico a un formato electrónico.

¿Cómo ha cambiado esto al mundo de los libros? Los procesos de producción, circulación y consumo de textos se han visto afectados por la llegada del internet, así como la internacionalización de los títulos. Las corporaciones conocidas como las “5 grandes” y que agrupan a sellos editoriales como Penguin Random House (Bertelsmann), Harper Collins, Simon & Schuster, Macmillan y la antes mencionada Hachette normalmente emplean las redes sociales para dar a conocer y catapultar a los escritores. Además, los libros escritos por figuras mediáticas del internet cuentan con más facilidades para publicarse y venderse que aquellos cuyo autor tiene pocos seguidores en redes sociales. En ese sentido, la escritura de libros pasa por la comunicación en plataformas, incidiendo en la figura del autor.

Pero si anteriormente la quema de libros que atentaban contra proyectos políticos establecidos era común, ¿qué tipo de obras se censuran actualmente? ¿En realidad existe todavía una condena hacia ciertas ideas que vayan en detrimento del poder hegemónico o es, como lo pensaban Marx y Engels, el mercado global el que termina por influir en el tipo de productos culturales que circulan entre el público lector? Y de ser así, ¿qué tipo de bienes simbólicos están siendo promovidos por un mercado que a efectos prácticos se puede conceptualizar en términos de Franz Hinkelammert como totalitario?

Estas preguntas necesariamente atraviesan a todos los agentes que impactan directamente en el mundo de los libros. Para poder arrojar luz sobre el tema se requiere en primer lugar hacer ciertas delimitaciones de índole práctico. Cuando se habla de libros se debe especificar el tipo de contenido. Aquellos que tratan sobre ciencia o que tienen una inclinación académica son diferentes de los que están destinados a un público infantil o juvenil. Los de divulgación se ubican en polos opuestos a los de ficción. Y los manuales o guías que enseñan alguna actividad quedan lejos de los libros de poesía o teatro. Así, los libros como objeto de análisis resultan complejos. Su producción como un objeto cultural que cumple los estándares occidentales del siglo XXI se remonta hasta la imprenta, por lo que su historia es larga y variada. Hay casi tantos géneros como temáticas.

Sin embargo, la novela es el género más socorrido por quienes se dedican al estudio de la literatura en el siglo XXI. Además, la crítica literaria, los trabajos sobre ecdótica y los libros sobre teoría literaria están dirigidos, en la mayoría de los casos, también hacia ellas. Aproximadamente, en México del total de lectores, 71% prefieren la novela en sus múltiples subgéneros como novela juvenil, histórica, policial, etc. Esto difiere enormemente con respecto al siglo XIX donde predominaba la poesía. Desde el siglo XX, pero particularmente en el XXI, la novela es el género por excelencia entre los lectores y escritores.

Ahora bien, en el periodo actual el auge de las plataformas se intensificó a raíz de la pandemia de 2019. Las restricciones sanitarias y los periodos de encierro propiciaron que las relaciones sociales se dieran mayormente por intermediación del internet. El mundo de los libros también pasó por esa transición, siendo la autopublicación, probablemente, una de sus características principales. Por ese motivo, este trabajo ofrece una revisión bibliográfica para comprender las diferentes teorizaciones sobre el tema y para arrojar luz sobre la situación del autor que publica novelas con la ayuda del internet.

3. El autor en línea. La autopublicación y los cambios en la figura del autor

Carolan y Evain plantean que el aumento en la autopublicación tiene efectos importantes para de la industria editorial. No sólo la calidad de las obras sufrió un repentino revés a causa de la velocidad de publicación, sino que, de acuerdo con el análisis realizado por ambos académicos, a los lectores les es progresivamente más difícil encontrar una obra que los interpele directamente. Al reflexionar en torno a la autopublicación, llegan a la conclusión que la capacidad crítica de

quienes consumen los bienes culturales generados por la industria editorial se alteró a causa de la sobreabundancia de contenido. Su estudio deja entrever que la capacidad crítica de un lector va de la mano con el contenido de los libros a los cuales tiene acceso; sin embargo, si dichas obras, de algún modo, se vuelven banales, entonces la facultad argumental de las personas también lo hará.

Aunque esta aproximación no deja de expresar un punto de vista elitistas que decide cuáles libros representan mejor la cultura y cuáles no, lo cierto es que la cantidad de títulos editoriales aumenta cada año. La calidad de muchas de estas obras efectivamente posee un criterio distinto a lo que tradicionalmente la academia o la crítica especializada considera como literatura. En efecto, Carolan y Evain explican que el mayor tipo de contenido autopublicado son novelas juveniles o ficciones ligeras que se pueden leer fácilmente y que no exigen una concentración total ni un manejo profundo del lenguaje por parte de los lectores. Por el contrario, la literatura autopublicada en las plataformas está diseñada para el entretenimiento más que con un fin estético.

Bajo esa premisa Carolan y Evain se adhieren a la perspectiva un tanto culturalista de Gabriel Zaid para quien “los demasiados libros” rebajan la discusión mediática. Sin embargo, la parte medular de esta postura es que, por un lado, se aprecia una democratización en la edición de títulos. Basta con una computadora con conexión a internet y un manuscrito finalizado para que cualquier autor pueda editar su libro. Pero, por otro lado, los filtros que supuestamente estaban concentrados en los intermediarios de la industria editorial terminan siendo obsoletos. En apariencia, los editores y los agentes literarios elegían promover a un autor en consonancia con su talento. Si bien hay varios casos en que efectivamente la publicación de obras se daba con arreglo a esos términos, a decir verdad, con el fluir del capitalismo en su fase neoliberal y con el acaparamiento del mercado en manos de pocas empresas transnacionales, la industria editorial buscaba ante todo su rentabilidad. Por lo tanto, dichos filtros, en ocasiones, más que decantarse por la calidad, lo hacían por obras cuyo contenido era mucho más fácil de posicionar en un mercado cada vez más competitivo.

Así, la autopublicación más que democratizar la edición o atenuar la capacidad crítica de los lectores puede ser vista como un cambio en los modos de trabajo de los autores a raíz de los procesos de digitalización. Ese enfoque precisamente lo adoptan Arévalo, Córdón y Gómez en su artículo “La autopublicación, un nuevo paradigma en la creación digital del libro” (2014).

El trabajo de estos académicos comprende la autopublicación como el proceso en que el autor se responsabiliza de la totalidad de la cadena productiva de su obra. Esto incluye diseño de la portada, formato, precio, distribución, publicidad y relaciones públicas. Más aún, se preocupan también por la intensificación en la transferencia y el tráfico de información en internet. Según su criterio, la autopublicación va ganando popularidad como se atestigua en la inserción de este tipo de obras en las listas de libros más vendidos o en la conformación de organizaciones gremiales dedicadas a constituir un frente común de escritores independientes como la Alliance of Independent Authors. Pero, de igual modo, la notoriedad de los autores dejó de guiarse por los canales tradicionales. Los sistemas de legitimación como los premios o los agentes editoriales que velaban por un criterio editorial que tomara como base la calidad para incorporar los títulos a su catálogo cede protagonismo a otro tipo de valoraciones orientadas en el posicionamiento del escritor como figura del internet.

De acuerdo con el estudio de Arévalo, Cordon y Gómez, uno de los trabajos principales de los autores que autopublican consiste en hacerse viral en redes sociales. A su juicio, es más fácil que su libro se venda y distribuya mejor si su creador es reconocido ampliamente en el entorno digital, suplantando de ese modo a la publicidad tradicional. Por esa razón, aseguran que “el autor cobra un protagonismo fundamental en los flujos de la comunicación controlando todas las fases del proceso” (16). Esta visión confronta directamente los presupuestos que vaticinaron durante mucho tiempo “la muerte del autor” o “la desaparición del autor” (Barthes, 1987).

La autopublicación como un ejercicio de producción en el que el trabajo del autor va más allá de la creación del texto y se inserta tanto en la cadena productiva como en la fabricación de una imagen pública popular en redes sociales revaloriza la habilidad que tienen los escritores de gestionarse a sí mismos como actores sociales. En otras palabras, los modos de trabajo de los autores cambian en el siglo XXI. Si anteriormente se requería de un agente literario y un editor para publicar un libro, ahora cualquier persona puede distribuir su obra; sin embargo, si se cuenta con muchos seguidores en redes sociales, eso garantiza que el contenido tenga una difusión mucho más grande. Por lo tanto, el trabajo de los escritores nómades pasa principalmente por la creación de una imagen atractiva para internet y no por los vínculos que pueda entretener con quienes conforman la industria editorial.

Aunque a través de este acercamiento analítico a primera vista pareciera que se descentralizó el proceso de producción editorial, arrebatándole notoriedad a sus integrantes para dársela a los autores y a las redes sociales, esto no es del todo cierto. A juicio de Baverstock, Blackburn e Iskandarova (2015), no sólo el trabajo de los autores cambió con la llegada del internet, el de los editores también experimentó múltiples transformaciones. Aquellos que laboran para los grandes sellos editoriales sondean constantemente las redes sociales buscando nuevos escritores que logren captar el interés del público lector. Entonces, los editores de las empresas transnacionales exploran los entornos digitales de modo más minucioso para encontrar figuras cuyos seguidores compongan un potencial y redituable mercado.

Mediante la realización de un estudio etnográfico Baverstock, Blackburn e Iskandarova argumentan que una de las consecuencias en los cambios del trabajo de los editores con la llegada del internet es la manera en que se relacionan con los escritores dedicados a la autopublicación. Para que la industria del libro mantenga su vigencia y no sea desplazada completamente por las redes sociales, estos tres académicos observan un proceso de asimilación que revitaliza a las compañías. Los sellos editoriales transnacionales representados por “las 5 grandes” ofrecen contratos de exclusividad atractivos a los escritores autopublicados cuyos libros hayan alcanzado un buen número de ventas. Estos acuerdos contractuales muchas veces difieren de los firmados por escritores noveles o por autores con una trayectoria probada pero cuya cantidad de lectores es menor.

Consecuentemente, las empresas transnacionales facilitan sus canales de distribución, entre los que se hallan periódicos, radio, televisión, material educativo, etc. Para los autores autopublicados, quienes en varias ocasiones no contaban con contratos previos en editoriales, esta enorme maquinaria mediática les resulta muy atractiva.

Por lo tanto, teniendo en cuenta el análisis de estos académicos, una práctica que en principio surgió como una alternativa a la centralidad de la industria editorial termina asimilándose. Ahora bien, la mejor forma en que tenga lugar esta incorporación es a través de los mecanismos legales pertinentes. En ese sentido, Fariñas (2018) sopesa estas transformaciones en la industria editorial a partir de algunas consideraciones jurídicas.

Enfocándose en los derechos de autor y el contexto de la digitalización, así como en el aumento de los títulos autopublicados, reflexiona sobre la disposición y el acceso a los contenidos.

Desde su punto de vista, las plataformas representan una buena alternativa para que los autores continúen gestionando sus derechos de propiedad intelectual e incluso les ha ayudado a negociar con ellos de cara a las empresas transnacionales. Varias de las plataformas simplifican el proceso, haciendo que incluso quienes no tengan una formación profesional vinculada con el ámbito jurídico puedan administrar la potestad de sus títulos. Para Fariñas esto es relevante, en especial, porque cuando se carga un libro a una plataforma generalmente la publicación sucede simultáneamente en diferentes países. Es decir, Kindle Direct Publishing, Google Play Libros y Apple Books por medio de sus respectivas plataformas de ventas hacen circular las obras tanto en México como en Perú al mismo tiempo, lo que significa un reto, pues pueden darse los casos en que la gestión legal o los derechos de autor sean diferentes.

Así, los contratos en las plataformas son, a juicio de este académico, de cierta forma lo más amplios posibles para cubrir, en mayor medida, las consideraciones jurídicas que establece el derecho internacional y, en menor, las de cada país. Esto se puede traducir también en que las plataformas amoldan su departamento legal bajo los estándares estadounidenses y, a partir de esas normativas, extienden los derechos a sus múltiples filiales al resto del mundo. Pese a todo, esto no quiere decir que las plataformas generalicen legalmente los acuerdos contractuales, sino que responden a los lineamientos de su casa matriz. Así como contratan expertos en el tema en cada región en la que se ubican para atender los requerimientos de los distintos países, segmentando su funcionamiento, existe una transferencia de valor que va desde el sur hacia el norte que determina los patrones de comportamiento de las empresas y de sus departamentos.

Una opinión similar es compartida por Hviid, Izquierdo y Jacques (2017) quienes exploran la estructura de las industrias editoriales internacionales a raíz de los procesos de digitalización y de autopublicación. A su parecer, el dominio de las plataformas estadounidenses da una mayor preponderancia a su industria editorial y a su esquema de producción. Si bien mayores regalías y un control de los derechos de autor más regulado por parte de los escritores son efectos positivos, se ha incrementado descontroladamente —como lo observaron también Carolan y Evain— la abundancia de libros. Entre los contratiempos que esto genera está sobre todo la dificultad de encontrar nuevos consumidores. Hay así más libros que lectores. Para estas académicas, ello demuestra un defecto estructural en el funcionamiento del mercado capitalista. Lejos de regularse por la demanda y la oferta, por encima de cualquier otra consideración, sus interacciones obedecen

más a la maximización de la ganancia.

Por consiguiente, la reflexión de este último artículo dialoga con la del economista Franz Hinkelammert para quien el mercado se convirtió en el siglo XXI en la principal fuerza social. Los procesos de autopublicación y el contenido de los libros, además de despojar a los lectores de las herramientas críticas necesarias para examinar la discusión mediática de las sociedades occidentales —como lo creen Carolan y Evain— y propiciar cambios en los modos de trabajo de los autores —como lo sostienen Arévalo, Córdón y Gómez—, sigue pautas mercantiles por encima de cualquier otro criterio. La asimilación que denuncian Baverstock, Blackburn e Iskandarova dada por los acuerdos contractuales internacionales que expone Fariñas serían también dispositivos encaminados a cubrir los defectos estructurales del mercado capitalista. Debido a la sobreabundancia de títulos, las corporaciones transnacionales extienden sus canales de distribución para captar a autores cuya obra haya sido previamente aceptada por el criterio de los usuarios de redes sociales.

La transformación en el mundo de los libros pasa así por un autor mediatizado que, antes que proponer la creación de una obra estética que interpele la subjetividad de los lectores, figure en la esfera digital. La supremacía del mercado radica, bajo esos términos, en que la autopublicación sólo es válida y rentable cuando la practican quienes tienen los suficientes seguidores como para llamar la atención de las empresas transnacionales. Adicionalmente, la democratización de la industria por vía de las plataformas cobra sentido cuando los títulos se venden; de lo contrario, pasan tan desapercibidos como si nunca hubieran sido escritos.

En consecuencia, resulta imperativo acercarse al funcionamiento de las plataformas digitales. Intentar describir el modo en que operan ayuda a comprenderlas mejor. Así, este trabajo desentraña la actividad de las tres plataformas más usadas en México para la autopublicación: Kindle Direct Publishing, Google Play Libros y Apple Books.

4. El funcionamiento de las plataformas digitales y los procesos de autopublicación

En términos económicos, Amazon ofrece una ganancia del 70% pero sólo si el precio comercial del libro se encuentra entre 3 y 10 dólares. En caso de que el autor elija un precio mayor a ese las regalías disminuyen considerablemente hasta alcanzar un promedio aproximado del 35%. La empresa tampoco demanda la exclusividad de las obras. Los derechos de autor le pertenecen al

escritor en todo momento y si desea eliminar su contenido de la plataforma para publicarlo dentro del catálogo de una editorial tradicional, puede hacerlo. No obstante, la plataforma mantiene la propiedad de los derechos sobre la obra digital durante tres meses cuando el autor quiere emplear las herramientas de difusión que ofrece Amazon como las promociones. Después de ese periodo, los derechos dejan de pertenecer a la empresa y el autor decide si desea o no renovar el contrato para que su libro entre dentro del sistema de distribución de Amazon.

Por su parte, Kindle Direct Publishing se compone de una interfaz de tres pasos en la que el autor completa la información relacionada con su libro. En la sección donde el escritor detalla las características del texto debe seleccionar el idioma, el título del libro, si es parte de una seriación, el número de edición (es decir, las versiones), los colaboradores, la descripción (necesaria para hacer atractiva la venta del libro), los derechos de publicación, las palabras clave (para afinar los metadatos a la hora de buscar la obra) y las categorías. La segunda sección relativa al contenido comienza con la gestión de derechos digitales (DRM por sus siglas en inglés). Aplicados a medios digitales, la intención de los DRM es restringir la circulación de las obras electrónicas, esto es, crear herramientas para que los títulos no sean copiados a otros dispositivos de modo ilegal. Sin embargo, lo cierto es que el funcionamiento de las DRM es limitado, pues muchas de las obras de mayor éxito en la plataforma de Amazon pueden descargarse sin necesidad de comprarlas.

En esta sección también se halla la posibilidad de cargar el manuscrito finalizado. Los eBooks que se crean para dispositivos Kindle normalmente se convierten de formato word, EPUB o HTML a formato mobi. De igual modo, en este apartado se debe definir la portada que lleva el libro. Aunque Amazon da algunas pautas para hacerlo, el autor puede crear su propia imagen a partir de su material, ya sea con fotografías, ya sea con la ayuda de programas de edición. Para comprobar el estado final del libro antes de lanzarlo al mercado, está la opción de previsualizarlo y así cerciorarse que la distribución del contenido se encuentra en buenas condiciones. Por último, la plataforma solicita el ISBN; sin embargo, no es obligatorio que los títulos lo contengan. Esto es para facilitar la distribución de los libros, lo cual es de gran utilidad para autores noveles.

La tercera sección en Kindle Direct Publishing es la selección del precio del libro. Como la plataforma de Amazon cuenta con presencia en varias regiones a nivel global, existe la alternativa de escoger diferentes precios dependiendo del país en el que se comercializa la obra. La plataforma

hace la conversión automáticamente a la moneda del país de donde provenga el autor y este puede tener presente las regalías que percibirá en caso de que su libro se venda. Además, se puede habilitar la opción de préstamo para que los diferentes usuarios de Amazon tengan la facultad de compartir entre sí el libro por un máximo de 14 días.

Para terminar, una vez que el autor haya completado estos tres pasos, y que Amazon haya revisado la solicitud en un plazo de cerca de 24 horas, puede publicar su libro en la plataforma. Así aparecerá en los sitios web de los países donde tenga presencia la compañía.

Por otro lado, el proceso de publicación en Google Play Libros consta de cuatro pasos. Similar a Amazon, la empresa pide que los autores se registren en su plataforma antes de interactuar con ella. Alrededor del año 2018, Google habilitó la posibilidad de publicar, editar o distribuir libros propios mediante un sitio anexo a la plataforma denominado Centro de Partners de Google Libros. Como muchas otras plataformas, el proceso de autopublicación de Google trata a los autores no como empleados, sino como socios. En otras palabras, flexibiliza las obligaciones contractuales que históricamente han existido en los acuerdos laborales bajo el argumento de extender la libertad sobre el proceso creativo. Esto es relevante dada la importancia que da la plataforma al sistema de pagos. La primera información que cualquier escritor debe proporcionar son los datos de fiscalización. La plataforma pide que se vincule una cuenta bancaria y que se introduzcan la documentación tributaria del contribuyente.

En ningún momento la plataforma oculta su finalidad comercial, por el contrario, la alienta e instruye a los autores sobre la mejor manera para que su libro se incluya en el algoritmo de búsqueda de la empresa. Ese es probablemente el mejor incentivo para preferir Google Play Libros, pues al relacionarse con el buscador más usado mundialmente, promete una visibilidad mayor.

Una vez se han acordado tanto los datos fiscales como las regalías de los libros, la autopublicación en Google comienza con la descripción del texto, la cual necesita ser lo más llamativa posible para despertar el interés de los lectores. Posteriormente, se requiere especificar el idioma, el editor, el formato, el número de páginas, la serie, el rango de edad, la fecha de publicación y el ISBN en caso de tenerlo.

Una diferencia que tiene Google Play Libros con respecto a Kindle Direct Publishing es la elección de los géneros. Además de precisar si la novela se ubica como fantasía, policiaca, de misterio, etc., la clasificación genérica de Google está basada de acuerdo con los criterios

comerciales establecidos por la Book Industry Study Group (BISG). Estos parámetros sirven para segmentar la trama de novela y posicionarla en rubros comerciales previamente estandarizados. Por ejemplo, para Norteamérica los títulos emplean la categorización BISAC (Book Industry Standards and Communications) adaptándose a las expectativas de los lectores. Así, si alguien busca una novela de terror, sabrá que entre las páginas habrán monstruos y fantasmas o que la descripción de los lugares estará pensada para generar ciertas emociones como miedo o ansiedad.

Por otro lado, después de los géneros, Google Play Libros solicita a sus usuarios la elección de la portada, así como la biografía del autor y la reseña del libro. Adicionalmente, la plataforma requiere la selección de metadatos con el fin de que la obra circule lo más fácilmente posible y, como Amazon, la alternativa sobre si se desea cifrar el contenido del libro a través de DRM. También Google deja a criterio del autor la previsualización de la obra. Esto es, la opción de descargar un porcentaje —generalmente entre el 5% y 20%— del contenido del libro para que se lea y, de generar interés, animar a que el lector lo compre.

En el cuarto paso, se carga a la plataforma el libro en formato PDF o EPUB y la portada en JPG o TIFF, y, de no detectar errores, el autor selecciona, por último, el precio mundial o por región. Se carga el documento y se agrega a Google Play Libros, terminando el proceso de autopublicación.

Por lo demás, la tercera plataforma que analiza este trabajo es Apple Books. El proceso de autopublicación es similar a las dos anteriores pero difiere en algunos pasos. Especialmente, esta empresa decidió simplificar el proceso para los usuarios que escriban empleando los dispositivos electrónicos que también venden. Debido principalmente a que Apple recibe sus ingresos en su mayoría de la comercialización de computadoras, teléfonos y tabletas, desarrolló diversos softwares adaptables a sus productos. Un ejemplo de esto es el procesador de textos Pages, el cual se vincula con Apple Books para la publicación de títulos.

Una vez que el escritor tenga su manuscrito terminado puede trasladarlo a Pages y desde ahí convertirlo a un formato EPUB adaptable a la aplicación de lectura. Asimismo, Apple no conserva derechos de exclusividad por lo que es común que los autores y las editoriales distribuyan sus libros en esa plataforma y de manera simultánea en otras.

Apple Books funciona a partir de la creación de una cuenta de Apple, la cual también exige la empresa a cada una de las personas que compren sus productos. Dicha cuenta se almacena en

los servidores de la compañía a través de su aplicación iCloud. Esto ejemplifica el funcionamiento de Apple. Cada uno de los programas que desarrollaron para sus equipos de cómputo y telefónicos están pensados para vincularse entre sí. Después de la creación de una cuenta iCloud, la empresa solicita que los usuarios modifiquen sus datos fiscales en iTunes, pues desde ahí el escritor recibirá las regalías por la venta de su obra.

Las regalías en Apple Books están ubicadas alrededor del 70% pero a diferencia de Amazon este porcentaje no varía dependiendo del precio final del libro. Mientras que Amazon respeta esa cantidad siempre y cuando el libro se venda a un determinado precio, en Apple el autor puede decidir el costo que quiera y mantener el mismo margen de ganancia.

Como en las demás plataformas, Apple Books da la opción de seleccionar el rango de edad al que va dirigido el contenido del libro, título, autor, fecha de publicación, género, ISBN, seriación y número de páginas. Pero se diferencia de las dos plataformas anteriores porque el autor puede incorporar elementos multimedia dentro de la narración si así lo desea. Esto quiere decir, que además del texto, es posible que el libro comercializado en formato EBUB contenga canciones, fotografías, videos, etc. De igual modo, el manejo de los metadatos es distinto. Apple Books pide que el autor escoja entre tres categorías relacionadas con la temática del libro. En realidad, la empresa requiere de la elección de una categoría principal y dos secundarias. Así, la visibilidad de la obra se establece de acuerdo con la jerarquización de los metadatos. Su posición destacará en el rubro principal y será menos notoria en las subcategorías.

Después de haber establecido esta información, la plataforma permite que los autores fijen el precio deseado de acuerdo con la región y el país donde se comercializa el libro. Aunque la empresa sugiere un consto estándar tomando en consideración el promedio de ganancia de títulos con características semejantes, el autor es quien decide al último cuánto espera ganar por su trabajo. Para terminar, basta con cargar el documento final, así como la portada, y subirlo a la plataforma Apple Books. Sin embargo, la circulación del libro no se da únicamente a través de los canales de distribución de la empresa, sino que se requiere una difusión publicitaria del producto. En ese sentido, el autor puede aprovechar algunas herramientas que ofrece la plataforma. Por ejemplo, se pueden aprovechar los pedidos anticipados para aumentar la clasificación, generando expectativas en torno al lanzamiento del libro. También, el autor tiene la alternativa de registrarse en el programa de afiliados de iTunes. Pagando una cierta cantidad por los anuncios, esto le ayuda a que su libro

aparezca publicitado en otros sitios web.

5. Conclusiones

Este trabajo se dividió en tres secciones: un repaso a la historia reciente del libro que confluyó en los procesos de autopublicación característicos de las plataformas digitales y popularizados gracias a la pandemia de 2019. Subsecuentemente, la revisión bibliográfica sirvió para comprender que esta nueva fase de la producción editorial está marcada fuertemente por los criterios que establece el mercado capitalista, el cual pasa a entenderse en términos de Franz Hinkelammert, es decir, como un ser supremo que se posiciona por encima de cualquier otra consideración. Por último, un repaso a las tres plataformas más socorridas por los autores, editores y lectores, Kindle Direct Publishing, Google Play Libros y Apple Books, hizo patente la necesidad de los autores por cargar su libro en diferentes plataformas con el fin de darlo a conocer al mayor número de lectores.

En ese sentido, la conclusión detrás de este trabajo es que en el siglo XXI gran parte de la industria editorial mexicana se inclina por el uso de las plataformas. Desde las editoriales más grandes y consolidadas hasta los autores noveles, pasando por los sellos editoriales e institucionales. Casi todos migran su catálogo a las plataformas.

El esquema de negocios de cada una de las plataformas, aunque similar, varía considerablemente, pues se apoyan en la estructura que sus empresas han construido a lo largo del tiempo. Por ejemplo, Apple Books funciona mejor para quienes emplean sus computadoras o teléfonos, los cuales se vinculan con programas como iCloud, desde donde se sube el contenido, o iTunes, desde donde se depositan las regalías. Kindle Direct Publishing aprovecha la amplia red de distribución de Amazon para que, de así quererlo, el autor pueda ver su libro impreso; además, gracias a que posee la plataforma de ventas de libros más usada por los escritores y editores, resulta atractiva para cualquiera que incursione en la autopublicación. Similarmente, Google Play Libros, al ser gestionada por el buscador de mayor tamaño a nivel mundial, supone una visibilidad de la obra que, sin embargo, muchas veces no llega a darse.

Sin embargo, los grandes beneficiarios de todo este proceso siguen siendo los dueños de las plataformas y los lugares donde se aloja su casa matriz, es decir, Estados Unidos. No sólo eso, al seguir los patrones productivistas del país capitalista por excelencia las plataformas incentivan y propician la máxima acumulación de ganancia, incluso si eso significa ir en contra de la calidad

de la obra. Las ventas, junto con la cantidad de seguidores que tengan los autores en redes sociales, se tornan los únicos criterios para el éxito y para que los sellos editoriales transnacionales ofrezcan contratos a los escritores autopublicados. Esto subraya un defecto estructural del mercado capitalista: la sobreabundancia de libros y el bajo número de lectores.

La figura del autor en línea, así, se ha transformado mediatizándose, pero sobre todo poniéndose a la sombra de un mercado deficiente. Ahora, más que nunca, se requiere reflexionar sobre los cambios editoriales del siglo XXI.

Bibliografía

- Arévalo, Julio Alonso, José Antonio Córdón García y Raquel Gómez Díaz. “La autopublicación, un nuevo paradigma en la creación digital del libro”, (2014). <http://eprints.rclis.org/21165/1/La%20autopublicaci%C3%B3n.pdf>
- Barthes, Roland. “La Muerte de un autor”, en *El susurro del lenguaje*. Barcelona: Paidós, 1987.
- Baverstock, Alison, Robert Blackcurn, Marfuga Iskandarova, "How the role of the independent editor is changing in relation to traditional and self-publishing", en *Learned Publishing*, vol. 28, núm. 2 (2015), 123-131.
- Benjamin, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Argentina: Taurus, 1989.
- Carolan, Simon John y Christine Evain. “Self-Publishing: Opportunities and Threats in a New Age of Mass Culture”, en *Publishing Research Quartely*, 29, núm. 4 (2022), pp. 1-23.
- Fariñas Díaz, José Rafael. "Los contratos de autopublicación de obras escritas, ¿una alternativa en el entorno digital?, en *Anuario Dominicano de Propiedad Intelectual*, núm 5 (2018), pp. 15-47.
- Hinkelammert, Franz. *Totalitarismo del mercado. El mercado capitalista como ser supremo*. Barcelona: Akal, 2018.
- Hviid, Morten Sofía Izquierdo Sánchez y Sabine Jacques. "From Publishers to Self-Publishing: The Disruptive Effects of Digitalisation on the Book Industry", en *SSRN* (2017), pp. 1-50.
- Locane, Jorge J. *De la literatura latinoamericana a la literatura (latinoamericana) mundial: Condiciones materiales, procesos y actores*. Alemania: European Research Council, 2019.
- Zaid, Gabriel. *Los demasiados libros*. México: Debolsillo, 2020.

Uso de TikTok como herramienta de captación de votantes jóvenes en la Campaña Federal México 2021

Use of Tik Tok as a tool for young voter recruitment in the Federal Election Campaign of Mexico 2021

*Laura Catalina Solano Avila **

Resumen: Nuevas plataformas, otros lenguajes, narrativas populares, agenda pública actualizada a cada hora, y un nuevo votante; fue el conjunto de retos que los candidatos y sus equipos de campaña se enfrentaron en 2021 durante la campaña regional en diferentes estados de México. Esta investigación presenta los resultados del análisis de contenido creado en el periodo electoral de abril a junio de 2021 en el territorio mexicano por cinco de los diez partidos políticos vigentes; también, los videos compartidos por cinco candidatos a diputados de Estados como Nuevo León, Baja California, San Luis Potosí, Sinaloa y Querétaro.

Abstract: New platforms, other languages, popular narratives, public agenda updated every hour, and a new voter; It was the set of challenges that the candidates and their campaign teams faced a few months ago. With the pressure on to captivate the youngest who represented 40% of the vote, the strategies to share their messages changed having an important event in the world with a pandemic present and breaking with the traditional campaign. Covid-19 prompted less budget to be allocated to flyers and large banners, in order to invest in time, equipment, resources and energy; And with this, TikTok, the star social network during the pandemic, was the one that attracted attention for the use that the parties made to join the “virtual wave”. For this reason, in this chapter we focus on the analysis of the content create

Palabras clave: Campañas digitales; TikTok; Redes sociales; Juventud; Política; México.

1. Introducción

Desde un inicio, los medios digitales tuvieron como objetivo y necesidad la conectividad en el mundo, pero en ese proceso aparecieron otras actividades como el mercado electrónico en sus diversas formas de promoción y difusión de información. A tal punto que se ha codificado la vida en línea, la manera de conformar comunidad y comunicarse a través de la tecnología (Van Dijk, 2013). En ese sentido, la académica Van Dijk desde hace más de una década ya consideraba las

* Comunicadora Social y Periodista, estudiante de la Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana CDMX, Comunicación Política y Tecnología, laura.solano@correo.uia.mx

tensiones que en ese tiempo y para el futuro existirían dentro del ecosistema virtual, pues abarca más que solo influencia y efectos a la medida que aquello que se consideraba “fugaz” o “poco serio” se convierte en la principal herramienta de atención para los expertos en tecnología y en comunicación digital para captar audiencias jóvenes. Ya que, no se trata solo de redes sociales para mostrar tu vida y hablar con otros, sino la posibilidad de influir en una decisión de compra, favorabilidad de alguien o hasta en un voto en las próximas elecciones.

Las redes sociales han permeado nuestra vida en el día a día con nuestro círculo social cercano que en las conversaciones durante el almuerzo con amigos aparece el comentario “¿Viste el nuevo *trend* de TikTok en donde salen bailando con carteles...?”, entre otros que ya cada uno puede recordar e identificar para ejercicio de autoreflexión. Manuel Castells lo explicaba de otra forma diciendo en pocas palabras que no se puede encasillar el uso del internet a solo entretenimiento o como medio de para ver noticias, viendo que el ejercicio permea entrar a páginas web y aplicaciones que no se relacionan con trabajo necesariamente, más si con una extensión de multitareas en el nuevo entorno de la información que se vive con el internet (2009).

Teniendo en cuenta lo anterior, las redes sociales y la tecnología ha tomado una ubicación importante en la vida de las personas más que solo reconocer cuál fue la aplicación más descargada o cuál es la favorita de cada población. Las decisiones que se toman influenciadas en la información que se consume en la red deben considerarse con cuidado usando una lupa digital que permita observar con detenimiento aquello que se ve superficial y de poca seriedad, porque así empezaron redes sociales como Instagram que al ser de estilo de vida e influenciadores con fotos perfectas se ha demostrado el efecto que provoca para la salud mental y autoestima de los jóvenes (Torras y Rabanal, 2021). Ahora bien, esto mismo sucedió con el impacto que causó TikTok en los jóvenes de Latinoamérica y el mundo, siendo así vista desde un inicio como aquel lugar donde solo hay chicas bailando y haciendo *lip sync*, y la importancia que fue tomando al ser un objetivo para capturar a las audiencias más jóvenes que estaban involucrándose por parte de las empresas de publicidad, por qué no de los líderes en diferentes áreas como la política.

En el caso específico que nos compete en esta ocasión, TikTok logró ser la aplicación más descargada en un periodo de tiempo en México con más de 25 millones de usuarios para 2021 y el mundo con más de 1 billón de usuarios. Así reconociendo el hecho de quitar del trono al imperio de Facebook (ahora universo Meta), que no es tarea sencilla y es necesario entender de manera

sencilla su origen chino desde 2018 con su primer nombre de Musica.ly, y la protagonización de diversas discusiones tanto sociales como políticas sobre su advertencia en la seguridad de los usuarios y la atracción que presenta para los jóvenes.

Poco a poco los partidos políticos le dieron importancia a hacer presencia más allá de las redes sociales tradicionales como Facebook, Twitter e Instagram. Algunos mantienen un canal de YouTube o se aventuran a nuevas plataformas como Twitch. Ya que, aún existe temor de lanzarse al agua y empezar a crear contenido en nuevos espacios, puesto que, en este caso, hay estigmas sobre TikTok siendo una red social principalmente de ocio y entretenimiento en comparación a lo que significa Twitter para el ámbito político. Expone un estudio del Pew Research Center que, “Los adultos más jóvenes (de 18 a 29 años) tienen muchas más probabilidades de recibir noticias con regularidad tanto en Snapchat como en TikTok que otros grupos de edad” (Walker y Matsa, 2021: 6).

Con datos del Instituto Nacional Electoral (INE) para las votaciones se consideraban a 26 millones de personas con edades entre los 18 y 30 años, así mismo Andrés García, director de la consultora Ayopa Marketing Político, menciona para el periódico Expansión en mayo de 2021 que “Si consideramos las cifras, se vuelve en una red ideal para llegar a este público, pero los candidatos están entrando a ella sin una estrategia clara y sin estudios previos que determinen su eficiencia para la campaña” (López, 2021: 1). Puesto que en TikTok se alberga la mayoría de las personas entre el rango de los 13 y 18 años, ante esto le sigue un porcentaje relevante entre los 20 y 29 años.

2. Papel de TikTok en la comunicación política y campañas electorales

Entrar a una red social para hacer campaña no resulta un hecho sencillo como se pensaría del paso a paso que consistiría al crear una cuenta, poner el logo de la organización política o foto del candidato, una descripción correcta y empezar a crear contenido diario como cualquiera. A una vista lejana se puede considerar un ejercicio que no toma tiempo, ni planeación y que solo el “hacer presencia” no requiere de una estrategia sólida. Quienes hacen parte de la comunicación política en equipos de campaña o como críticos de este ámbito coincidirán que tomar la decisión de lanzarse a un espacio digital implica tener retos, así como cuando se va a conocer una comunidad para hablarle sobre propuestas para una candidatura. La exposición social-digital es importante y se toma con la seriedad de los efectos que provoca en la imagen pública de una persona y la reputación

que puede surgir allí, al final “la esencia de todo proceso de comunicación es que el ser percibe y es percibido” (Ágora, 2006: 8).

En efecto, los líderes políticos en México con la intención de ampliar su margen de cobertura de población, y no quedarse atrás en el avance de la comunicación digital tuvieron que emplear acciones que permitieran tener presencia y reconocimiento en las redes sociales. Como dice el dicho popular: “Si la montaña no va a Mahoma, Mahoma va a la montaña”, así lo hicieron pocos partidos políticos y candidatos que se arriesgaron a experimentar el hacer política en TikTok, en donde están los más jóvenes e indecisos.

En Estados Unidos algunos investigadores y periodistas desde hace dos años comenzaron a escribir sobre el fenómeno de TikTok relacionado con la política. En uno de estos casos el periodista John Herrman del New York Times expuso la implicación que tiene esta red social con las identidades políticas de los jóvenes, siendo así un gran impulsor de que el diálogo político se hace presente en los videos que aparecen para reafirmar ideas, actitudes o posturas en común con otros; además, se ve una clara demostración de lo que significa ser negro, mexicano, campesino, sureño o con diversidad sexual visto en una manifestación colectiva en la generación *centennial* prevaeciente (2020).

Con respecto a, crear contenido para jóvenes en plataformas digitales basado en una estrategia de comunicación política se debe tener presente la necesidad que hay de conectar de aquellos que serán primeros votantes y que aún no tienen definición política, puesto que hasta ahora en su proceso de percibir las dinámicas político-sociales de su entorno pocos tienen favoritismo fiel a alguna corriente, movimiento o personaje. En consecuencia, en algunas investigaciones de jóvenes y redes sociales se concluyó que esta población ve estos medios digitales como fuente de noticias, espacio de expresión política y como herramienta para unirse a causas sociales (Osorio, 2015). TikTok no siendo la excepción al caso, se evidencia la alta participación ya sea como creadores de contenido político o como críticos de lo que hacen los líderes y partidos políticos en la plataforma.

Por otro lado, como red social contribuyó con la pedagogía y lucha contra la desinformación, así generando un espacio como el centro de recursos COVID-19 para ingresar a la guía electoral por la sección “Descubrir” en la aplicación para revisar los resultados sobre las elecciones y que direccionaba a la página oficial del INE. Al momento de buscar numerales

relacionados a las elecciones, videos en común y contenido relacionado aparecían anuncios del servicio público para direccionar al usuario a la guía pedagógica electoral. Así mismo, no se aceptaron anuncios políticos pagados, puesto que comentaron su conclusión de la poca efectividad que tendría en conjunto con los otros contenidos, lo cual provocaría que las personas se cansaran y optarían abandonar este espacio por ver la política en su “Para Ti”.

En suma, el jefe de Políticas Públicas de TikTok en México Edgar Rodríguez mencionó a los inicios de campaña por medio la sala de noticias oficial de la red social que: “sabemos que millones de mexicanas y mexicanos vienen a TikTok a diario para expresar su lado creativo y conectarse con otros... En estos tiempos trascendentales, apoyar a nuestra comunidad es parte del trabajo encaminado a mantener la integridad de nuestra plataforma” (Rodríguez, 2021:1).

3. Metodología

El proceso de investigación de este trabajo tuvo cinco pasos: exploración previa del contenido en TikTok, selección de la muestra de cuentas de partidos y candidatos, creación de una matriz de contenido y documento descriptivo, revisión de cada cuenta escogida, y consolidación de notas del contenido de las cuentas.

En la exploración previa del contenido en TikTok, se realizó la búsqueda con los nombres de los partidos políticos y de la etiqueta #EleccionesMexico2021 para redactar y considerar las posibilidades de análisis que podría tener este fenómeno. En el segundo paso, la selección de la muestra de los partidos fue sin limitantes por el hecho de pocos partidos tenían en ese momento una cuenta oficial nacional o local, que fue usada para promoción de campaña y divulgación de información, en el asunto de los candidatos se eligieron por mayor interacción y visibilidad en la búsqueda de los contenidos; además, se esperó una diversidad política para que fueran de diferentes partidos y Estados del país que permitiera un escaneo más integral de todo el territorio. En ese modo, se encontró la cuenta del INE y se consideró para este análisis por su relevancia y creatividad para la pedagogía durante la campaña política.

Los demás pasos se representan de la siguiente manera, la creación de la matriz de contenido se hizo a partir de una tabla que conglomeraba nombre de la cuenta, descripción del video, numerales, sonido, mensaje principal y enlace del contenido relevante. También, en el documento descriptivo se formó un apartado por cada partido y candidato con el fin de consolidar

todas las ideas generales que surgían al observar los diferentes videos y tener un análisis previo, ya que los videos eran variados en cantidad y forma, y era necesario no perder de vista ningún detalle siendo recursos audiovisuales con múltiples características por revisar.

4. Resultados y análisis de partidos políticos en TikTok

En primer lugar, compartiré el análisis de los resultados que se obtuvieron a partir del contenido de 5 de los 10 partidos políticos registrados participantes en estas elecciones que crearon cuenta en TikTok y generaron videos para la campaña electoral, como fue el caso del: Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido del Trabajo (PT), Partido Verde, Movimiento Ciudadano y Fuerza por México.

Como las elecciones se organizaron por coaliciones que convergieron a algunos partidos para sorpresa en la opinión frente a esas uniones que históricamente han tenido sus desacuerdos y siendo competidores por largo tiempo. Las dos coaliciones creadas fueron: *Juntos Hacemos Historia* del Partido Verde, PT y Morena; y *Va por México* del PAN, PRI y el PRD. Estas formaciones políticas no tuvieron alguna presencia o estrategia vista de comunicaciones en TikTok, pero si con contenido de simpatizantes que realizaron videos con sus temáticas y promoviendo el voto por ellas. A continuación, los resultados y análisis de manera individual de los partidos políticos.

4.1. PRI (Partido Revolucionario Institucional) (@pri_nacional)

La apertura de su cuenta se dio el 2 de abril de 2021, hasta finales de octubre obtuvo alrededor de 10.6k me gustas, 1634 seguidores y con 44k vistas en su video con mayor alcance. En relación con esto, el partido realizó la estrategia para que el público escogiera el personaje que sería el vocero de la cuenta de TikTok. Todo inició con un concurso para elegir al dinosaurio “el PRInosaurio” que sería protagonista para comunicar toda la información de interés durante y posterior a la campaña electoral.

Teniendo ya un vocero comenzó la promoción a la campaña electoral con el uso de música en tendencia, audios propios con efectos de voz para hacerlo llamativo, texto clave y efectos que la misma plataforma proporcionaba. Por tanto, con esa línea creativa en uno de los videos el presidente del partido le regaló un chaleco rojo al PRI Rex con la invitación a salir a la calle con el

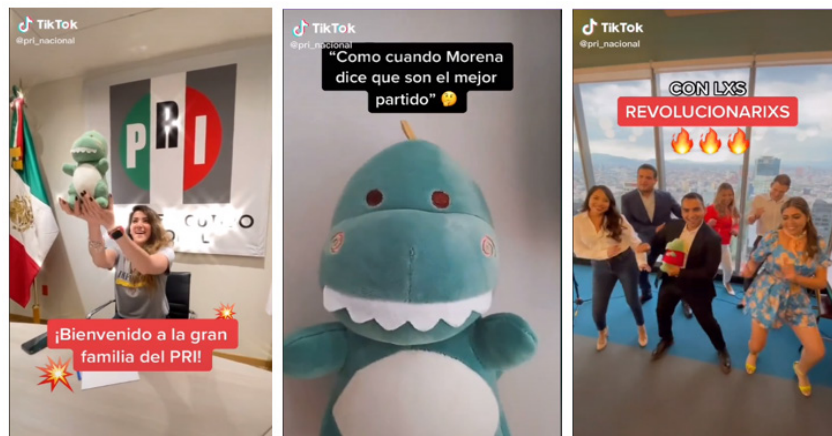
mismo, ante esto la misma audiencia comentaba diciendo que querían uno igual y utilizando el hashtag #YoMePongoElChaleco.

El lado oscuro del TikTok del PRI tuvo como eje el desprestigio de otros partidos como Morena con videos directos para evitar la intención de votar por ellos. Puesto que, hubo alrededor de cuatro videos con discursos negativos hacia Morena que mencionaban el no votar por ellos, atacando la idea de ir a un Mitin suyo o decir que son mejores que ellos. También, hubo contenido de pedagogía electoral desde mitad de mayo en donde el PRI Rex va a votar haciendo la broma directa de no votar por Morena y otros partidos como el Verde y el PAN.

Su narrativa principal se basó en resaltar el “gran” partido que son, como el “mejor partido de México”. Relacionado a esto, se veía una repetición en los numerales de las descripciones de cada vídeo como #Ganandocomosiempre #ElPRIenTiktok #parati #Humor.

Ante esto, su participación en la red social luego de campaña sigue siendo vigente invitando a seguirlos para aumentar audiencia y con videos apareciendo los candidatos electos. Uno de esos fue el titulado “con lxs revolucionarixs”, allí se usó el lenguaje inclusivo por la coyuntura en el país con las discusiones de género e inclusión social, este video tuvo al PRI Rex con los diputados del partido. Del mismo modo, luego de las elecciones se continuó con la promoción del vocero y atacando directamente a Morena.

Imagen 1. Evidencias visuales de videos relevantes de la cuenta de TikTok del PRI



Fuente: Cuenta oficial de TikTok de @pri_nacional

4.2. Partido Verde Ecologista de México (#PartidoVerdeMexico)

Para este partido en particular no hubo una cuenta TikTok oficial nacional, sin embargo, sí movió opiniones en las diferentes redes sociales, y desató debates en diversos contenidos sobre el escándalo del uso de influenciadores durante la veda electoral impuesta por el INE, en donde diferentes influenciadores mexicanos mencionaron su inclinación a votar por el partido de manera directa. Esto movió la opinión de algunos creadores de contenido y así fue como se viralizó la información del escándalo mediático y político con parodias, reacciones, debates, entre otros contenidos que llamaron la atención días antes de las elecciones y algunos después de las mismas.

En referencia al suceso, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral (INE) determinó multar al Partido Verde Ecologista de México (PVEM) con 40.9 millones de pesos, por la promoción del voto a su favor que hizo un grupo de 104 *influencers* los días 5 y 6 de junio, en plena veda electoral.

Imagen 2. Evidencias visuales de videos del Partido Verde CDMX en TikTok



Fuente: Videos de usuarios usando el numeral #PartidoVerdeMexico

4.3. Partido Verde Edomex (@verdeedomex)

La cuenta local del PVEM en el Estado de México está creada desde finales del 2020 con 13 videos. Los primeros contenidos fueron *tips* ecologistas y algunas pautas sobre cuidado del medio ambiente. No obstante, fuera de eso solo hubo un video que hizo parte de la campaña electoral el 22 de mayo, aquel llegó a ser *viral* con más de 80 mil reproducciones usando un audio famoso en tendencias (el mismo que el PRI usó) que dice "muy malo siguiente, malísimo, horroroso, malísimo, tu sí guapo", en donde se hace la muestra de la pedagogía electoral con el tarjetón y al

final escoge al Partido Verde.

En conclusión, el perfil en TikTok está descuidado, aunque al comienzo se vieron jóvenes realizando los productos, en época de campaña no hubo priorización en la estrategia de comunicaciones. A pesar de que en esta red social la temática del movimiento ecologista se ha convertido en moda con más fuerza y personas que hablan de cuidado de la naturaleza y el entorno, se evidencia que el partido no prefirió hacer uso de la herramienta y se ignora si una de las causas fue el hecho de ir en coalición con otros partidos.

Imagen 3. Evidencias visuales de videos del Partido Verde EdoMex en TikTok



Fuente: Cuenta oficial de TikTok de @verdeedomex

4.4. Movimiento Ciudadano (@Movciudadanomx)

Color naranja, lado multicultural, tradicional-moderno. La cuenta de TikTok desde el 3 de abril (un día después de que el PRI iniciara) manejó una narrativa enfocada a llegar al público joven, a generar simpatía, y crear diferentes alternativas para llamar la atención. Hasta la fecha de finales de octubre de 2021, el perfil obtuvo 460 seguidores, 1249 me gusta y en su video con más alcance llegó a 1309 vistas; en comparación a otras cuentas sus estadísticas no son muy altas.

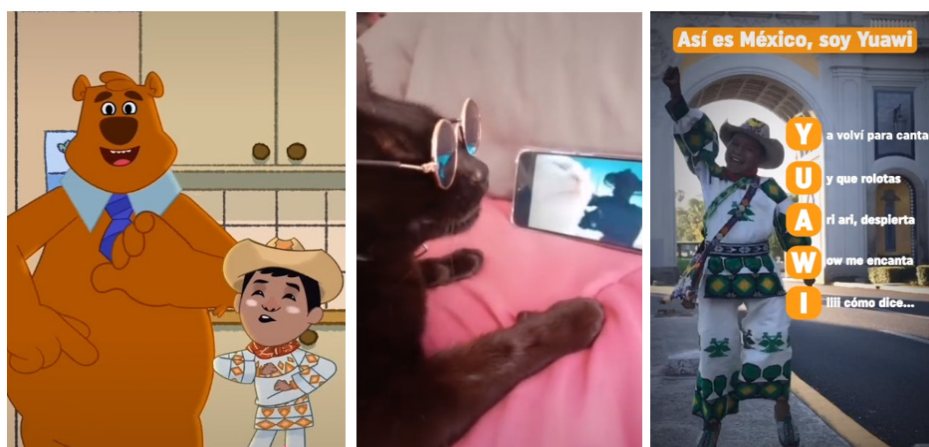
Desde el análisis de este contenido en especial, se comenta que las debilidades están en la forma de construir e ilustrar las historias, ya que no son claras y solo hay fragmentos de la vida del vocero Kosso. Se observa que los videos son aislados siendo de un mismo personaje con música e imágenes en movimiento, se propondría que faltó un narrador o la voz del animal. Es decir, uno de los errores en la comunicación de organizaciones es dar por hecho los mensajes creyendo que un

contenido que tenga personajes, lugares, se vea llamativo y corto puede ser exitoso; no obstante, los videos del Movimiento Naranja con el oso no motivaron a la audiencia a interactuar ya sea compartiendo o comentando. Y si no hay nada que motive a generar el llamado *Call To Action* es difícil mantener una audiencia que reconozca los productos de la forma esperada.

Después, empezando el mes de mayo traen de vuelta al niño que protagonizó el video original de la canción del Movimiento Ciudadano en 2018, ahora bien, por más que se realizaron algunas pruebas uniendo al animal vocero Kosso con el niño huichol en TikTok no lograron subir las interacciones.

En conclusión, la cuenta de Movimiento Ciudadano tuvo diferentes intentos para generar más alcance usando sonidos originales, recurriendo a las emociones de nostalgia de la canción reconocida en 2018, y creando personajes reales y virtuales que le dieran rostro a la campaña digital. Cabe resaltar que las producciones mencionadas anteriormente solo tuvieron como enfoque TikTok, puesto que en redes sociales como Facebook e Instagram no fueron compartidas.

Imagen 4. Evidencias de videos del partido Movimiento Ciudadano en TikTok



Fuente: Cuenta oficial de TikTok de @Movciudadanomx

4.5. Partido del Trabajo - Querétaro (@PT. Queretaro)

El Partido del Trabajo no tuvo cuenta oficial nacional en la red social de origen chino, con esto dicho se encontró la cuenta regional del partido en el Estado de Querétaro. La razón para traerla a este artículo fue el uso curioso y el intento de contenido de manera particular involucrando a la comunidad popular para la campaña.

Dicho lo anterior, se observó que al comienzo los videos fueron de enfoque general tradicional de publicidad con los temas, personajes, problemáticas, entre otros aspectos que son claves para comunicar. Luego pasaron a videos protagonizados por jóvenes del partido cantando y bailando el jingle principal de campaña, el Jingle fue un recurso particular que dice textualmente el mensaje de #PonteLaGorra: “Si vas a las tortillas... ponte la gorra, si vas por las carnitas... ponte la gorra, si con la familia... ponte la gorra, si te pones el cubrebocas... ponte la gorra”. Este audio original fue utilizado en la mayoría de los vídeos de campaña del partido en este Estado, no solo con jóvenes escenificando, sino incluyendo videos publicitarios en formato horizontal de escenas con diferentes personas, en familia, en el trabajo y con el cubrebocas.

De igual manera, en ánimo de motivar a los simpatizantes e invitarlos a involucrarse más con el partido en la red social desarrollaron un concurso que consistía en enviar un video creativo con el jingle de la campaña. Tenían que enviarlos a un número de WhatsApp y participaban por dinero como premio de 3000 pesos mexicanos para el primer lugar, 1500 pesos para el segundo lugar y el último lograba 500. El requisito era mantener la temática de la promoción del voto por el PT, y con esto aumentaron seguidores e interacciones. En total participaron 5 videos que estuvieron puestos a votación por la comunidad, el que más tuvo interacción fue uno protagonizado por un perro que usaba una gorra de PT y ubicado en diferentes escenas relacionadas a la canción.

En contraste con este contenido particular, la narrativa en Querétaro se encaminó a compartir mensajes en alabanza al partido mencionando que "la revolución de los invisibles está en marcha", "la voz de los menos afortunados, de los más pobres". Además, hicieron un video con imágenes de personas que menciona la pobreza con la analogía de la lana de una oveja y lo que significa para los que tienen recursos y los que no. Sobre todo, se destacaba la lucha contra la desigualdad y la pobreza, problemáticas que más hacen eco por las necesidades de los sectores trabajadores de bajos ingresos.

Imagen 5. Evidencias de videos en referencia al Partido del Trabajo en TikTok



Fuente: Cuenta oficial de TikTok de @PT. Queretaro y de usuarios

4.6. Fuerza por México (@FuerzaXMexico_)

Color rosa, feminismo, mujeres, jóvenes, inclusión, equidad. Resultan ser los temas que están en tendencia dentro de las discusiones de la opinión pública en los diferentes sectores progresistas, estos los toma con fuerza y hace productos creativos que resaltan sobre los otros partidos políticos ya mencionados. Su apuesta programática y su dedicación a crear videos para publicar entre 2 a 3 por día no le alcanzaron para tener los suficientes votos en el umbral electoral del 3%, lo que llevó al partido FxM el retiro de su registro ante el INE.

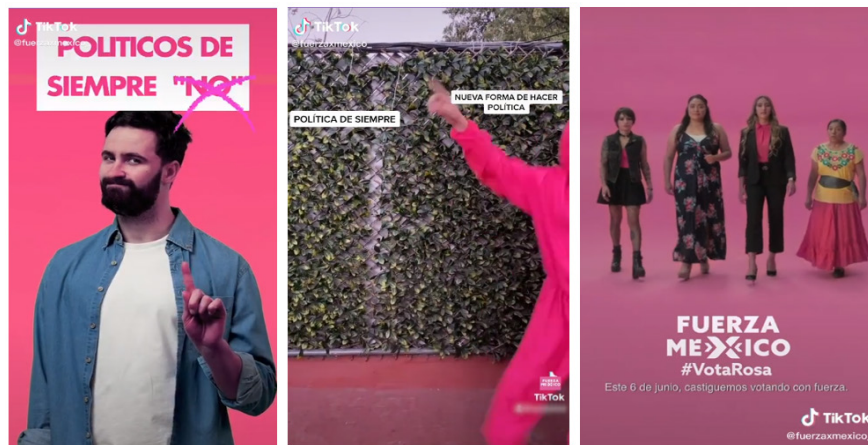
Con ese precedente se pasó a revisar los videos que el partido realizó y terminó consiguiendo más de 53,9mil seguidores (mucho más que el PRI), 116 mil me gustas, con la apertura de la cuenta el 20 de abril (más tarde que los demás partidos).

Al avanzar la campaña y acercarse al día D los mensajes fueron más agresivos y contundentes en la lucha contra la violencia. Expresiones de "castiguemos con fuerza" fue el lema del video en donde mujeres de diferentes edades, características y estilos hablan en contra de la represión hacia su sexo. La invitación a votar se hace bajo la idea de castigar con fuerza a los represores, por lo que termina el video con la frase "a los feminicidas córtale los huevos". ¿Los comentarios? No son de aprobación, dicen que es humo mediático por la moda de libertad en la coyuntura mexicana y critican la agresividad de las palabras usadas que son algo extremistas.

Otro aspecto diferenciador fue la estrategia de influenciadores, al invitar un TikToker de la comunidad LGBTIQ+ llamado Viictar para hacer parte de la campaña. En los últimos videos que

aparecen en la cuenta sobre las elecciones son de este influenciador gay usando un vestido de arcoíris, los comentarios varían entre opiniones a favor o en contra, pero se ve que aumentó en seguidores, interacciones y vistas lo que sus otros videos poco lograron. Esto es una muestra de lo que influenciadores pueden lograr al mover a su comunidad y así unir causas en común relacionadas a afinidades políticas que llaman a público digital.

Imagen 6. Evidencias de videos de Fuerza x México en TikTok



Fuente: Cuenta oficial de TikTok de @FuerzaXMexico_

Como términos generales del contenido de los partidos políticos analizados se puede decir que en los videos que compartieron se enfocaron en hablar de sus temas programáticos, preocupaciones sociales, características, así mostrándose como la mejor opción sobre los otros. Algo particular que se observó fue la intención de desprestigiar a su competencia de manera muy directa con el uso de retos que resaltaban a sí mismos, diciendo sin filtros el nombre y foto del partido contrario como la peor opción política.

Por otro lado, no se evidenciaron videos sobre rendición de cuentas o antecedentes que direccionaran este objetivo de compartir iniciativas logradas, leyes, entre otras buenas prácticas que lograran mejorar su imagen pública. Además, solo uno de los partidos utilizó el recurso de conectar con influenciadores y las demás personas que protagonizaban los videos, pero que no tenían relevancia en la opinión de la población de TikTok.

5. Resultados y análisis de candidatos en TikTok

Creatividad, retos famosos, agendas programáticas, bailes, música, humor. Durante la jornada de promoción política, los candidatos fueron los más activos y arriesgados con su contenido que sus partidos oficiales. En esta ocasión observaremos el análisis del contenido de 4 candidatos de diferentes partidos políticos, quienes llamaron más la atención a nivel mediático, y con esto podremos ver qué tanto hay que mejorar para hacer que la comunicación política en nuevas plataformas sea más efectiva.

5.1. Sergio “Pío” Esquer - Candidato a diputado por el distrito 5 de Sinaloa por PRI-PAN-PRD

En general, las prácticas del Pío fueron bien pensadas para aplicar la acción de primero generar cercanía con la audiencia y que te conozca antes de pedirle un voto, como se hace comúnmente comenzando por la maratón electoral que agota y abruma en la mayoría de las veces a las comunidades tanto físicas como digitales. Se puede prever que su plan de posicionamiento consistió en abrir su cuenta de TikTok generando contenido relacionando sus aspectos más personales como su amor por los animales, su papel como agricultor de Culiacán, su familia, su lado musical, rutinas personales, entre otras actividades que lo dieran a conocer como un señor cercano y familiar.

En adición a las propuestas de contenido que realizó el candidato, cerrando la campaña surgió la idea de una serie que tuvo tres partes llamadas "Leyendo al Hate", que consistía en leer los comentarios negativos de sus videos en redes sociales y así a dar respuestas inteligentes que dejaran sin relevancia el ataque digital. Al final no obtuvo el cargo, pero sí dejó precedentes positivos de darse a conocer a las personas poco a poco y cautivar audiencia política.

Imagen 7. Evidencias de videos de Sergio “Pío” Esquer en TikTok



Fuente: Cuenta oficial de TikTok de @sergiopioesquer

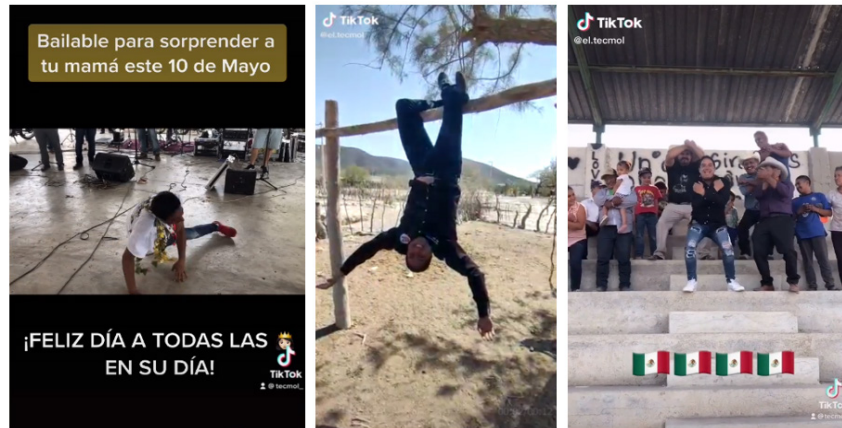
5.2. José Luis Romero “El Tecmol” Candidato a la gubernatura de San Luis Potosí por RSP

Con la línea de postulados que generaron polémica por sus videos extravagantes tenemos a El Tecmol que con el baile y el humor llamó la atención, no obstante, no logró ganar y con su cuarto lugar levantó una reputación de amor y odio en la opinión digital.

De los logros que tuvo fue la polarización que creó con sus contenidos poco particulares, pues algunos critican su lado bromista mientras otros felicitaban su creatividad. Se puede sugerir que, su manera de "brillar" se basaba en actuar de manera humorística con bailes y participando en *trends* en los que se quitaba la camisa, rompiendo con los esquemas del candidato político regular. Puede que le haya tomado una mala jugada esta estrategia demasiado flexible, ya que perdió una postura seria ante la decisión de votar por un nuevo gobernador que más que ser una figura popular logre llevar a cabo iniciativas para la comunidad.

Su consistencia en TikTok se vio con la publicación de mínimo 2 videos diarios, lo cual hizo que aumentara en seguidores y fuera relevante en las conversaciones de las redes sociales. De propuestas se habló poco, una de ellas fue sobre la educación. Los videos de publicidad política sobre propuestas o pedagogía electoral tenían una línea gráfica y narrativa muy diferente a los productos donde mostraba su personalidad y más informal. Los hashtags más utilizados son una buena manera de resumir su campaña en TikTok: #eltecmol #hagamostodomal #revolucionsocial.

Imagen 8. Evidencias de videos de José Luis Romero en TikTok



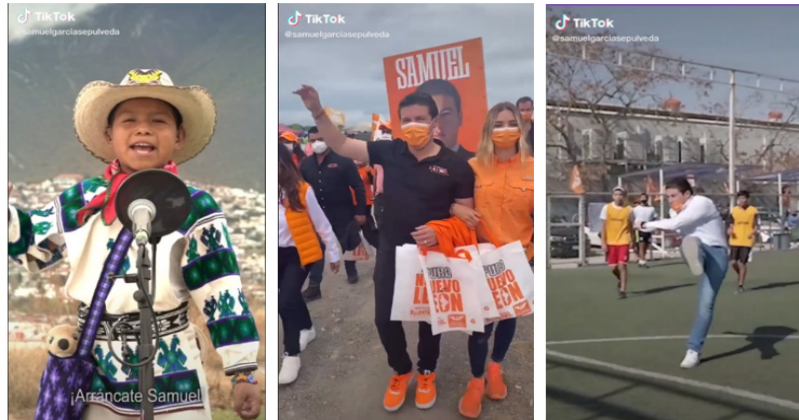
Fuente: Cuenta oficial de TikTok de @el_tecmol

5.3. Samuel García Sepúlveda - Candidato electo a Gobernador de NL por Movimiento Ciudadano #PonteNuevoPonteLeón, con este lema Samuel llegó a ser un gran referente en los medios por su forma diferente de comunicar, además de contar con el apoyo de su esposa influenciadora. Comenzó en marzo con un video repartiendo cubrebocas con los colores y lema de campaña a las personas en diferentes lugares del Estado de Nuevo León, luego pasó a contenidos más en la faceta como persona y joven, por ejemplo, jugando fútbol con jóvenes.

Claramente no podía faltar que su esposa fuera coprotagonista de bailes, evidencias de publicidad en campaña, hasta en el jingle oficial del candidato. La canción fue singular en el sentido de que reúnen diferentes voces que cantan, pues involucraron a Yuawi el niño indígena de la canción famosa del Movimiento Naranja, su esposa Mariana, ciudadanos y Samuel acompañando con frases.

Los videos son emotivos son muy llamativos y novedosos, si le apuntan a ser diferentes y llamar la atención desde el diseño hasta la música. La opción de mostrar a las personas andando en la calle con él y su esposa funcionó al transmitir cercanía y calidez humana. Aunque si fue criticado por mostrarse de alto nivel social y económico, además de tener una esposa celebridad digital desde el equipo de comunicaciones de su campaña manejaron efectivamente los mensajes que opacaban con críticas al candidato y resaltaron otras características atractivas.

Imagen 9. Evidencias de videos de Samuel García en TikTok



Fuente: Cuenta oficial de TikTok de @samuelgarciasepulveda

5.4. Marina Del Pilar - Candidata a Gobernadora de Baja California por Morena

La presencia digital desde antes de elecciones es importante para mantener una narrativa y tener tiempo para comunicar en redes sociales la imagen pública de los líderes políticos. Marina hizo esto, ya que desde agosto de 2020 ya había creado su cuenta de TikTok, en aquella mostraba su día a día como esposa y empresaria. Fue en abril entrando a campaña más fuerte que los contenidos se redireccionaron a mostrar la trayectoria política como Diputada federal y Gobernadora de Mexicali.

Con el lema #SigamosHaciendoHistoria, la candidata continuó en el formato de verse más cercana con las personas por lo que hizo al compartir su rutina diaria en ruedas de prensa, visitas a delegaciones, jornadas de impacto y charlas. En ese mismo sentido, nombró a este ejercicio “Sobreruedas” para acoplarlo según a cada delegación o lugar que visitara y mostrara evidencia de la campaña en diferentes espacios.

Su lado personal se comunicó en esta red social con videos que transmitieran emociones como su rol de madre, empresaria, compartiendo con cocineros y trabajadores, jugando beisbol, y con los estudiantes. En el tema de salud se publicó un video en donde Marina habla sobre la problemática, y luego un doctor con un enfermero comunican las propuestas que tiene con la invitación a votar.

Imagen 10. Evidencias de videos de Marina del Pilar en TikTok



Fuente: Cuenta oficial de TikTok de @marinadelpilarbc

En resumen, los candidatos hicieron diferentes apuestas de contenido en la red social que se relacionaban a sus personalidades e intereses por resaltar. De los cinco candidatos observados solo dos ganaron las elecciones, por diferentes motivos de votación y llamada a la acción, se puede evidenciar que el reconocimiento de las plataformas digitales hace parte importante de la estrategia de campaña para captar a jóvenes votantes o generar un reconocimiento en la comunidad digital. El uso de música, expresiones culturales y otros recursos se notaron en la producción de estos contenidos que fueron pensados para hacer del candidato alguien cercano y preocupado por los intereses de los ciudadanos, sobre todo de los más jóvenes.

6. Instituto Nacional Electoral – INE (@inemexico)

El mejor ejemplo de comunicación gubernamental en TikTok lo tiene la cuenta del INE, durante el tiempo de los cuatro meses de campaña electoral oficial se realizaron 165 videos que reunieron buenas opiniones frente a las acciones y estrategias que planearon para convocar a los votantes, resolver dudas, dar información y fechas, indicaciones de salud, entre otros temas de interés para el instituto en el día de las elecciones.

En la mayoría de los productos se involucraron a jóvenes, y entre ellos está el reconocido Eliud Pizarro joven funcionario de Oaxaca, quien firmó el convenio para apoyar la campaña. Basada su experiencia y creatividad digital le aportó en gran manera al contenido que tuvo muy buenas referencias por parte de los ciudadanos para ir a votar y cumplir con obligaciones.

Uno de los focos del contenido fue a comunicar el poder del voto por la responsabilidad social que se tiene al escoger algún candidato para gobernar, mencionando así que son las elecciones más grandes de la historia con videos que Eliud protagoniza con datos relevantes de la convocatoria a las urnas usando el efecto de pantalla verde.

El tercer enfoque va direccionado al género, con una serie de productos se trataron los temas del voto de la mujer por el día internacional, la inclusión social y la importancia de las mujeres en la democracia. Luego se enfatizó en la labor de los observadores electorales, la página web con invitación a inscribirse y participar. En la mayoría de los contenidos usaron las canciones en tendencia y las solían repetir seguido entre videos, los numerales más comunes eran *#votar #INE #elecciones2021mexico* y se usaban otros como *#mujeres #género #inclusión* para relacionarlos con el video directamente, esta práctica, aunque suene sencilla y básica no se usa de la mejor manera ya vemos cuentas utilizando cualquier numeral así no tenga que ver con el producto principal.

Por último, una de las secciones que más resaltó entre la audiencia digital se guio en resolver las dudas y preguntas de las personas en relación a las elecciones y el INE, se trata de Inés Responde. Lo importante aquí no es el ejercicio en sí, sino la forma en que el personaje de Inés responde las preguntas que en su mayoría pueden parecer infantiles y chistosas, pero al final la cuenta termina solucionando el interrogante de manera clara e informada.

Imagen 11. Evidencias de videos del INE en TikTok



Fuente: Cuenta oficial de TikTok de @inemexico

7. Conclusiones

La comunicación política digital en México va avanzando a medida que los equipos de campaña, instituciones y asesores entienden el funcionamiento de las nuevas plataformas con sus dinámicas en particular. Si hubo desaciertos o no son causa del nivel de conocimiento en el manejo de la imagen pública de los candidatos y partidos políticos en redes sociales, puesto que tener una cuenta y subir contenido diario no garantiza que lo estés haciendo de la forma adecuada.

De acuerdo con lo anterior, incursionar en TikTok como la red social emergente que atrae al público joven no garantiza tener un exitoso plan de comunicación, así como no garantiza que tener muchos seguidores te dé la victoria en votos el día de las urnas. Sin embargo, hay que tener presente que estar allí sí funciona para fidelizar a la audiencia, tener más alcance, lograr una comunicación más dinámica, arriesgarse experimentando y mejorar la imagen pública ante los más jóvenes. Ortega y Gasset (2008) lo explican a decir que: “las nuevas generaciones también son generadoras de universos, por eso es que tienen un permanente anhelo de revisar una y otra vez los supuestos bajo los cuales está cimentado el mundo que han heredado de sus precursores”.

Aún queda mucho por avanzar en términos de comunicación digital en la política mexicana, cuando aún no hay confianza en el voto joven ni se le da un orden en las estructuras de poder a las nuevas generaciones no hay mucho que se pueda esperar en datos de sufragio con este público. En eso, los candidatos no solo son figuras, pues terminan siendo esos líderes de opinión que se apoyan en su discurso para alcanzar la viralidad y estar expuesto en un lugar donde convergen diferentes audiencias, con su presencia marcan una huella en las comunidades políticas (Sánchez, 2020).

Ya que, el papel de los jóvenes en la campaña en TikTok fue particular. En primer lugar, tenemos a los jóvenes que acompañaron a los partidos y candidatos en la producción de contenidos: de hecho, a quienes más resaltaban era a los jóvenes en los contenidos, pues si el candidato era de mayor edad para darle frescura hacían que se rodeara de jóvenes usando las tendencias en musicales y bailes más vistos en la red social. Por ende, hay que conocer lo que Carlos Feixa (2021) un investigador de comunidades digitales y juventud resalta con relación a las generaciones virtuales: “Los jóvenes ya no buscan la verdad en una entidad superior, sino en las redes de confianza mutua construidas por ellos y ellas” (1).

Cabe resaltar que la participación de los jóvenes no solo se reduce en quienes acompañaron de primera mano la campaña, sino además a quienes generaron discusiones, debates y opiniones

sobre lo que ocurría durante la campaña ya sea con dúos, reacciones, comentarios que eran escuchados por su comunidad juvenil. También, hubo un empoderamiento por parte de las generaciones más jóvenes para hablar de política y participar con sus opiniones fueran o no acertadas.

El puente entre juventud y la política tiene sus brechas por el abstencionismo electoral evidenciado en las últimas jornadas, aún se cree que los jóvenes no son público importante para enfocar las estrategias de campaña. Desde el 2018 se viene revisando el liderazgo que han tomado estas nuevas generaciones en los entornos políticos de movimientos sociales y causas de género, pero como fuerza electoral sigue siendo débil. No hay datos específicos del sufragio y qué tanto influyó TikTok en el voto jóvenes, más si con este apartado podemos ver las evidencias y sacar algunas conclusiones a nivel de comunicaciones durante la etapa mediática.

Por otro lado, el INE marcó un gran ejemplo en el ámbito de la comunicación estratégica institucional de un país, así fue como con opiniones positivas y la efectividad en sus mensajes logró construir una imagen digital favorable ante las generaciones que más usan la aplicación en análisis. Desde incluir rostros jóvenes, usar la sección “Inés Responde”, interactuar con los seguidores y participar en tendencias de la red social que permitieron más alcance en la comunidad.

A partir de lo analizado durante el periodo electoral en TikTok menciono algunos aspectos claves que se deben tener en cuenta para los representantes políticos y próximos candidatos en su ánimo de usar nuevas plataformas para llamar la atención del público juvenil. Entre esos está: la creatividad, el balance entre el humor político, el manejo de ataques en redes, no abusar de los retos en tendencia, definir objetivos en cada video, darles rostros y voces a los contenidos, interactuar con el público, realizar llamadas a la acción para interactuar, no pasar el límite de los discursos de moda, analizar a la competencia y sus buenas prácticas, y, por último, crear un plan en estas redes que tenga investigación del público y conocimiento de cada una de las herramientas para aprovechar.

Referencias

Ágora Democrática. (2006). Comunicación política en campañas electorales. Imprenta *Miraflores E.I.R.L.*

Caso, Diego. (2020). Senado de EU prohíbe el uso de TikTok en teléfonos del Gobierno. *Periódico*

El Financiero. Extraído de <https://www.elfinanciero.com.mx/tech/senado-de-eu-prohibe-el-uso-de-tiktok-en-telefonos-del-gobierno/>

Castells, Manuel. (2009). Comunicación y poder. Madrid: *Alianza*.

Gray, Joanne. (2021). The geopolitics of 'platforms': the TikTok challenge. *Internet Policy Review*, 10(2). *Queensland University Of Technology*. Extraído de <https://eprints.qut.edu.au/210269/>

Feixa, Carlos. (2021). Carles Feixa, antropólogo: “Con los jóvenes no funcionan las broncas, sino hacerles ver que los perjudicados serán sus abuelos”. *Artículo web El País*. Extraído de <https://elpais.com/educacion/2020-10-21/carles-feixa-antropologo-con-los-jovenes-no-funcionan-las-broncas-sino-hacerles-ver-que-los-perjudicados-seran-sus-abuelos.html>

Herrman, Jhon. (2020). TikTok Is Shaping Politics. But How? *Artículo web del NY Times*. Extraído de https://openscholar.huji.ac.il/sites/default/files/campaign/files/lft_new_faculty_ql_tiktok_i_s_shaping_politics_but_how_nytimes.pdf

López, Zyanya. (2021). 3 consultores de marketing responden: ¿qué hacen los políticos en TikTok? *Periódico Expansión MX*. Extraído de <https://expansion.mx/mercadotecnia/2021/05/19/3-consultores-marketing-politicos-tiktok>

Ortega y Gasset. (2008). La teoría de las generaciones de ortega y gasset: una lectura del siglo xxi. *Editorial: Tiempo y Espacio*. Pág. 98-110. <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/222/Tiempo/2008/07%20Marco%20Martin%20articulo%20pag%2098-1109.pdf>

Osorio, Fernando. (2015). La influencia de las redes sociales en la participación política. *Universidad de Chile*. Extraído de https://www.academia.edu/11725602/La_influencia_de_las_redes_sociales_en_la_participaci%C3%B3n_pol%C3%ADtica?bulkDownload=thisPaper-topRelated-sameAuthor-citingThis-citedByThis-secondOrderCitations&from=cover_page

Torras Ferrando, Laura; Rabanal Ramírez, Robert. (2021). ¿Cómo afectan los filtros de Instagram a la autoestima de los jóvenes? *Grau en Publicitat i Relacions Públiques*. <https://ddd.uab.cat/record/248711>

Rodríguez, Edgar. (2021). Así es como TikTok se prepara para las elecciones intermedias en

- México. Salón de noticias de TikTok oficial. *Sitio oficial News Room TikTok*. Extraído de <https://newsroom.tiktok.com/es-latam/elecciones-intermedias-en-mexico>
- Sánchez, Sebastián. (2020). La construcción del liderazgo político y la identidad escenográfica en TikTok. *Libro: Cosmovisión De La Comunicación En Redes Sociales En La Era Postdigital*. Pág. 115-228. Extraído de https://www.researchgate.net/profile/Joao-Sousa-27/publication/351625196_Redes_sociais_online_exposicao_digital_e_cyberbullying_perfis_de_vulnerabilidade_de_universitarios_de_Cabo_Verde/links/60a22b5792851cfd33ba6e1/Redes-sociais-online-exposicao-digital-e-cyberbullying-perfis-de-vulnerabilidade-de-universitarios-de-Cabo-Verde.pdf#page=215
- Walker, Mason; Matsa Katerina. (2021). “News Consumption Across Social Media in 2021”. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/>
- Wang, C. (2020). Why TikTok made its user so obsessive? The AI Algorithm that got you hooked [Blog post]. *Towards Data Science*. <https://towardsdatascience.com/why-tiktok-made-its-user-so-obsessive-the-ai-algorithm-thatgot-you-hooked-7895bb1ab423>

Desinformación y violencia digital

La construcción de la realidad en tiempos de desinformación

The construction of reality in times of misinformation

*Nelly Paola Castrejón Ramírez**

Resumen: La pandemia de la Covid_19 ha desatado una gran crisis sanitaria, con una expansión social que fue reforzada, por una crisis de sentido donde la desinformación formo parte de la manera en construimos sentidos y valores a partir de la experiencia vivida y es qué en ella es donde interpretamos, fundamentamos, creamos o vaciamos de sentido a la realidad. Por lo que este trabajo pretende comprender como es que construimos diversas realidades dando valor a la información falsa llevándonos a distintos puntos de acción.

Abstract: The Covid_19 pandemic has unleashed a great health crisis, with a social expansion that was reinforced by a crisis of meaning where misinformation is part of the way in which we construct meaning and values based on lived experience, and it is there where we interpret, base, create or empty reality of meaning. Therefore, this work aims to understand how we construct different realities giving value to false information leading us to different points of action.

Palabras clave: redes sociales; desinformación.

1. Introducción

A sólo dos décadas de iniciar el siglo XXI, la pandemia por COVID-19 y su infodemia, nos mostró que vivimos realidades desencantadas, interpretamos y construimos sentidos y valores en conflicto permanente, así la economía y la salud se ponían frente a frente y la tecnología fuente de desarrollo ensambló en sus Tecnologías de Información y Comunicación narrativas verdaderas y falsas, de manera que las certezas de cómo actuar ante la pandemia en sus primeros meses fueron diluidas, produciendo anomia e incertidumbre entre la humanidad y con ello una pérdida del sentido de la realidad, entre quien decía la verdad.

Por lo cual en este trabajo exponemos que no sólo nos encontramos ante un problema de evidencia, estamos ante un problema de sentido; por lo que una crisis mundial de salud como es la pandemia de la COVID-19 construimos sentidos y valores a partir de la experiencia vivida; y es en

* Mtra. En Estudios para la Paz y el Desarrollo, Docente de la Facultad de Derecho de la UAEMex

ella donde interpretamos, fundamentamos, creamos o vaciamos de sentido a la realidad. Por lo que este trabajo pretende comprender como es que construimos diversas realidades dando valor a la información falsa llevándonos a distintos puntos de acción.

De modo que en este trabajo analizamos como las personas constituyeron su sentido de realidad, a través de las narrativas donde; las instituciones proyectan y estructuran un orden o un universo de sentido y permanencia de las relaciones entre la naturaleza y la sociedad; las relaciones de las personas con otros que dan vigencia y permanencia de los signos, valores y creencias, así la tecnología que brinda la certeza sobre la utilidad instrumental de las tecnologías empleadas por un grupo humano en sus actividades cotidianas y lo sagrado material simbólico e imaginario con el que el ser humano le dio sentido a una crisis de salud pública.

2. La pandemia de COVID-19 el contexto de la incertidumbre

El 31 de diciembre de 2019, ocurrió un hecho insólito que sacudió al mundo. A la Organización Mundial de la Salud (OMS) le fue notificado por primera vez la existencia de un nuevo coronavirus denominado SARS COV-2 por su parecido con el SAR CoV ¹ (OMS, 2020a).

Con esta información la OMS, plantea al mundo la aparición de un nuevo brote desconocido y la necesidad de generar recomendaciones, centrándose en dos cuestiones generales, ¿en qué medida afecta las personas? y ¿dónde sucedió? En cuestión de días el brote crece entre la población y los médicos de primera línea han confirmado su alta transmisibilidad de persona a persona.

El 14 de enero del 2020 se confirmó en Tailandia de manera oficial un caso de SARS COV-2 el primero fuera de su lugar de origen. Ante estos sucesos China cierra el tránsito a la ciudad de Wuhan a los 23 días del mismo mes y con la intención de encontrar cada caso, aislarlo y detener la cadena de transmisión, tomando como medida, poner en cuarentena a toda la ciudad y zonas aledañas. Sin embargo, el tránsito de personas en días anteriores ya ha iniciado el proceso de multiplicación de contagios en el resto del mundo (OMS, 2020a). A los 7 días del mes de febrero, el Dr. Li Wenliang, quien había alertado sobre la enfermedad fallecerá y el virus se ha expandido por Europa y América produciéndose los primeros decesos.

Vale la pena señalar, qué desde la aparición de esta nueva enfermedad no existía una denominación oficial para referirse a ella, por lo que diversos medios de comunicación usaron asignaciones variadas; ya fuesen relacionadas con la familia de pertenencia del virus, en este caso

-*Coronaviridae*-, o bien vinculadas al lugar dónde se presentaron los primeros casos. Algunas de estas denominaciones fueron: neumonía por 2019-nCoV, neumonía por nuevo coronavirus, nuevo virus 2019, SARS coronavirus, coronavirus de Wuhan, neumonía de Wuhan, coronavirus del mercado de mariscos de Wuhan, coronavirus Chino (Benavent, Castello, Valderrama, 2020), ante esta pluralidad de nombres y con el propósito de evitar situaciones de discriminación y violencia, la Organización Mundial de la salud se vio en la necesidad de darle una denominación adecuada, por lo que el 11 de febrero de 2020, la enfermedad se conocerá como COVID-19.

Hasta este momento tanto en China como en el mundo “todavía no se conoce el origen del virus, aunque se atribuye al pangolín, un mamífero usado como alimento” (Maguiña, Gastelo y Tequen, 2020), que aparentemente fue consumido en el mercado mayorista de mariscos de Huanan, en Wuhan, sin embargo no se tiene una evidencia que constate que esta sea la causa de la enfermedad. A su vez los conocimientos que se tienen del virus consisten en que este tiende a dañar el aparato respiratorio, provocando una respuesta inmune de tipo inflamatorio con incremento de citoquinas², que agrava al paciente y causa daño multiorgánico, y se transmite de persona a persona a través de tos, secreciones respiratorias y por contactos con superficies contaminadas que son llevadas por las manos a la mucosa, boca, nariz u ojos (Hung, 2013, p. 375).

Debido a lo anterior, la estrategia para hacer frente a la COVID-19 consiste en cerrar las ciudades y se asume que sólo personas con síntomas comunes como fiebre y tos son quienes pueden propagar el virus, con esta información se establece como medida general la toma de temperatura, el uso de cubrebocas y aislar a quienes presenten tos o dolor severo en el pecho. Lo que desencadena una serie de respuestas primarias donde los individuos crearan sus propias medidas de seguridad y aparentes curas.

Durante el mes de marzo Europa es el epicentro de la enfermedad; Italia y España resultaron las naciones más afectadas a nivel mundial. Los contagios crecen constantemente, la ocupación sanitaria es total y rebasada y las defunciones constantes, con este escenario la Organización Mundial de la Salud informó, sobre la escasez en los suministros sanitarios que más se necesitan para la protección del personal médico en los hospitales como, mascarillas médicas, respiradores, guantes de seguridad, pantallas faciales, batas y delantales, lo que motiva un aumento en su demanda, e impulsa el acaparamiento y compras de pánico (OMS, 2020b). Esto trajo como resultado que, para el día 11 de marzo, la OMS declarará a la enfermedad como una emergencia

de salud mundial, “una pandemia” causada por la infección del nuevo coronavirus (OMS, 2020a).

Debido a su facilidad de transmisión, y al desconocimiento de portadores asintomáticos, se presenta un aislamiento social tardío en todas las naciones, debido al constante aumento de los contagios en los cuatro continentes se recurre al llamado de permanecer en casa, así como a la suspensión de actividades económicas no prioritarias. Esto da un golpe a la economía global, y el 16 de marzo de 2020, los mercados bursátiles del mundo sufrieron desplomes en todas sus bolsas durante la apertura, debido al pánico generalizado por la COVID-19. Ante este desplome generalizado y sobre todo en los precios del petróleo, se suspenden transacciones a sólo 15 minutos de haber iniciado. Los vuelos que aún operaban serían cancelados en pocos días, por lo que varios países hicieron un llamado a sus nacionales para regresar cuanto antes, ya que no podrían garantizar su retorno posterior. Por ejemplo: Estados Unidos suspende por treinta días todos los vuelos hacia y desde Europa por treinta días, Guatemala cerró sus fronteras a los europeos, Colombia, España, Francia, Italia, Argentina y Perú dispusieron aislamiento a viajeros procedentes de China; Líbano prohibió el ingreso a ciudadanos de España, Alemania, Egipto, Francia, Irak, Reino Unido y Siria y dio cuatro días a sus connacionales en esos países para regresar (La Jornada, 2020 marzo 12).

A su vez, la OMS informó que la enfermedad podía ser transmitida por portadores asintomáticos e hizo un llamado a las naciones, empresas e investigadores para la búsqueda urgente de una cura o vacuna que pudiera desacelerarlo por lo que resultaba prioritario compartir el conocimiento. De modo que la *International Coalition of Library Consortia* (ICOLC), publicó un manifiesto en el que pidió el acceso abierto e inmediato a los recursos bibliotecarios para facilitar la investigación y acelerar el descubrimiento del tratamiento de la COVID-19. Además, el acceso abierto paso a ser una prioridad, de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), una consecuencia inmediata de practicar el distanciamiento social fue que 49 países habían cancelado o suspendido clases durante marzo y las universidades se estaban adaptando a impartir sus programas en línea, por lo que el acceso a la información quedaba limitado. Con estas circunstancias, la ICOLC invitó a las editoriales a que colocaran en acceso abierto y de manera temporal, toda información relacionada con la enfermedad (ICOLC, 2020).

Ante este llamado, algunas editoriales como el *Elsevier*, *Springer Nature*, *Science*, *Oxford Academic* y *University Press*, abrieron todos sus artículos científicos relacionados con el COVID-

19 para compartir los resultados de investigación, de forma rápida y sin restricciones, tratando de proporcionar información confiable sobre el uso de tratamientos.

Ante la necesidad de coordinar esfuerzos de manera internacional para contener a la COVID19 la OMS emitió las primeras directrices sobre cómo actuar ante la enfermedad, entre las cuales se encuentra el uso de cubrebocas obligatorio y mantener una distancia de 1.8 metros.

Mayo continuó registrando más contagios y, ante un panorama poco alentador, se informó que los niños y adolescentes desarrollaban un síndrome multisistémico respiratorio asociado con la COVID-19.

Durante los siguientes meses se realizaron una serie de ensayos clínicos para obtener algunos medicamentos, seguros y eficientes. La dexametasona, por ejemplo, presentó resultados favorables para atender a pacientes en estado crítico. Y los ensayos para obtener una vacuna disponible se realizaron en diversas partes del mundo, compartiendo protocolos e investigaciones a escala mundial, pero entre las pruebas iniciales y que las personas puedan vacunarse hay un tiempo indefinido, debido a los pasos que requiere probar una vacuna.

Estos seis primeros meses de vicisitudes, ocasionaron un constante flujo de datos y noticias falsas con respecto a la COVID-19, por lo que el 29 de junio inició la primera conferencia de la OMS sobre infodemiología, en la que se hizo un llamado a las naciones, medios de comunicación, universidades y académicos, a buscar medidas y prácticas para prevenir, detectar y responder a la información errónea y la desinformación (OMS, 2020c).

Figura 1: Acontecimientos durante los primeros meses de la pandemia



Fuente: Elaboración propia

Agosto comenzó con noticias alentadoras: el presidente ruso Vladimir Putin, afirmó tener lista una vacuna contra la COVID-19. Y a los 11 días de este mes, se registró como la primera vacuna en el mundo para ayudar a detener el contagio, con el nombre de Sputnik V. A partir de esta fecha diversas farmacéuticas y universidades afirman haber ensayado, probado, aprobado y tener lista una vacuna contra la COVID-19. Mientras tanto la Unión Europea, tras una revisión sobre la restricción temporal de viajes no esenciales, hace un levantamiento de las restricciones a los viajes de (terceros países), considerando; su situación epidemiológica, mantener una tendencia estable o descendente de aparición de nuevos casos, mantener la ejecución de medidas de contención. Esta apertura incluye a once países de los cuales Canadá y Uruguay son los únicos países de América que pueden viajar a la Unión Europea (Consejo de la Unión Europea, 7 de agosto de 2020).

Ante las secuelas económicas, en la Unión Europea, aprueban fondos presupuestarios por 5 mil 100 millones de euros para hacer frente a la crisis económica de la COVID-19 y 1 090 millones de euros con vistas a garantizar el desarrollo y la distribución de una vacuna contra la COVID-19, durante el mes de septiembre 2020 (Consejo de la Unión Europea, 11 de septiembre de 2020).

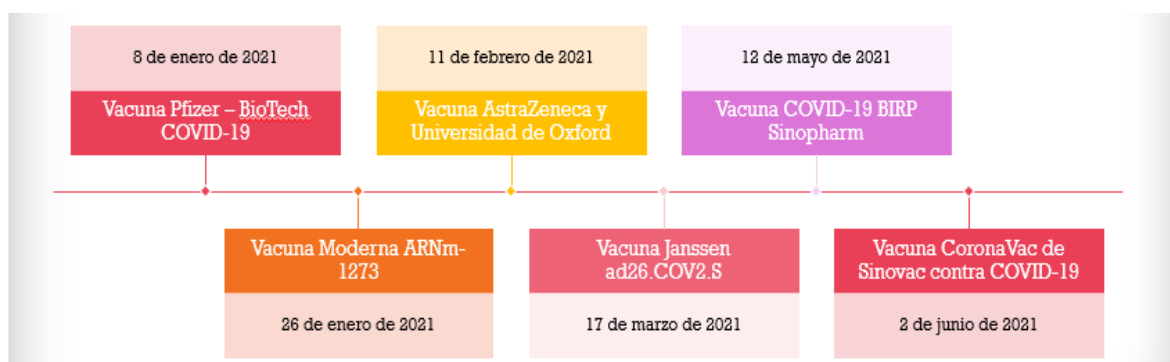
Con el esfuerzo de médicos y científicos, el conocimiento adquirido acerca de la enfermedad es más preciso, pero al ser un virus asociado a la gripe común, este virus tiende a sufrir mutaciones. Siendo así que las autoridades de Hong Kong reportaron el primer caso de recontagio, en un paciente que había sido dado de alta en abril; la Universidad de Hong Kong estudió el caso y manifestó que el virus SARS-COV-2 podría persistir entre la población, ya que a pesar de que los contagiados desarrollan una respuesta inmune, esta no puede considerarse sólida y su duración es atemporal. Casos semejantes se presentaron en noviembre y diciembre, Dinamarca, Reino Unido y Sudáfrica notificaron la existencia de una cepa variante del SARS-COV-2.

A los 11 días del doceavo mes de 2020, la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA, por sus siglas en inglés) emitió su autorización para el uso de la vacuna contra el COVID-19, del laboratorio Pfizer – BioNTech, para ser aplicada en personas mayores a los 16 años. A su vez la OMS la reconoce como la primera vacuna en recibir la validación para su uso y reconocimiento por su eficacia contra el COVID-19. A finales de ese mes, siete vacunas fueron aprobadas y 13 estaban en pruebas clínicas fase 3.

Para mediados de diciembre el Consejo de la Unión Europea insta a los países miembros a reforzar la lucha contra amenazas híbridas de la COVID-19, en particular contra las actividades informáticas malintencionadas, la desinformación y la seguridad económica, debido a que las nuevas tecnologías y la crisis actual son oportunidades para que la desinformación pueda difundirse ampliamente y pueden provocar daños económicos y sociales (Consejo de la Unión Europea, 15 de diciembre de 2020).

Por segunda ocasión, la OMS hizo un llamado a todos sus países miembros a combatir la desinformación entre la comunidad en línea y fuera de ella, así como promover el acceso a la información, pues las noticias falsas continuaban esparciéndose por la red. Durante el mes de febrero la Organización Panamericana de la Salud (OPS), emitió una alerta de fraude debido a que por internet se ofrecía la compraventa de vacunas COVID-19 con contratos que contenían datos y logos de la OMS. Desde luego, la inmunización no tiene fines de lucro y la organización no hace venta de ningún producto para la salud, estos deben obtenerse por medio del mecanismo multilateral COVAX, encargado de suministrar las vacunas contra la COVID-19.

Figura 2: Vacunas aprobadas por la OMS 2021



Elaboración propia con información de la OPS, 2021

Ante el progreso de las investigaciones sobre la inoculación de la COVID-19, las vacunas se han vuelto una realidad y representan la vía para contra restar su gravedad, la vacunación a nivel mundial está avanzando y el objetivo es que la población desarrolle inmunidad frente a la COVID-19.

La vacunación ha hecho posible el levantamiento de algunas medidas de contención, por ejemplo en un intento de prevenir contagios, la Unión Europea aprueba el mandato sobre el

certificado verde digital para el tránsito entre los territorios que la componen y en el mes de mayo acuerda el uso del Certificado digital COVID, cuyo objetivo es facilitar la libre circulación de forma segura durante la pandemia, al acreditar que una persona se ha vacunado contra la COVID-19, dispone de un resultado de prueba negativo o se ha recuperado de la COVID-19.

Durante julio de 2021 la vacunación avanza, y urge reactivar la economía, ante lo cual Inglaterra ha eliminado casi todas las restricciones impuestas por el coronavirus. Alemania permite que las personas vacunadas viajen sin necesidad de hacer cuarentena. Italia e Israel ya casi no obligan a su población a usar mascarillas. Asia, Europa y América animan a sus poblaciones a volver a su ritmo cotidiano e instalarse en una nueva normalidad (Lee, 2021). Sin embargo, los contagios continúan y las reinfecciones se hacen presentes, pues las variantes beta y delta, parecen evadir parcialmente los anticuerpos volviéndolas un cincuenta por ciento más contagiosas que la cepa original, por estas razones la preocupación continúa latente y la espera ante la vida como normalmente conocía el mundo sigue en espera para muchos.

3. Desórdenes informativos, entre la información y la desinformación

Conceptualmente los desórdenes informativos se explican por medio de la información errónea, comúnmente conocida como desinformación o *misinformation* por su nombre en inglés que no sólo se refieren a un estado de ignorancia sobre un tema determinado o carente de información, por el contrario, apunta a una acción dirigida a construir informaciones engañosas, inexactas, erróneas o deliberadamente falsas con la intención de confundir al receptor (Vázquez, 2020: 192). Podemos decir entonces que la desinformación no sólo refiere a un estado de ignorancia sobre un tema determinado o carente de información, por el contrario, apunta a una acción dirigida a construir informaciones engañosas, inexactas, erróneas o deliberadamente falsas con la intención de confundir al receptor.

Podemos decir que la desinformación hace referencia a dos acciones; uno el error y dos la mentira; la primera explica que la desinformación es producto de una omisión, error o engaño, que probablemente no tiene el propósito de producir un daño y puede ser entendida como el desconocimiento de un tema o ignorancia (Estrada, Alfaro y Saavedra, 2020), y su contenido semántico no representa los hechos como son, al publicarse de manera errada es falsa, y si es por omisión la información contenida resulta incompleta pudiendo ser perfectamente cierta, pero la

omisión puede ser producto de una inexactitud que tiende a causar falsas creencias (Fallis, 2016). La segunda acción por su parte implica la difusión de información incompleta, inexacta, engañosa o completamente falsa donde los creadores de este tipo de contenido tienen un objetivo claro; el mentir, deliberada o intencionalmente sobre la verdad (Vázquez, 2020).

Estas dos acciones, por tanto, corrompen el proceso de recogida y representación de los hechos, así como la existencia de una amplia posibilidad de proposiciones entre lo verdadero y lo falso para generar duda, temor, o controversia, sesgando la percepción del objetivo e incidiendo en el comportamiento de las personas. (Del freso, 2019:3)

Fallis (2014) considera que la desinformación tiene tres características fundamentales: primera, toda narrativa depende del análisis del contenido semántico o análisis representacional que se adopte, es decir, puede ser falsa o verdadera, pero en ambos casos, es información; la segunda, es qué es engañosa o confusa porque fomenta falsas creencias y tercera, es intencional, porque su fin es simplemente el de engañar e induce al error, al miedo o el prejuicio y por lo tanto queda en el receptor su interpretación.

Prueba de ello es el estudio infodemiológico sobre Covid-19 epidemia e infodemia realizado en China (Hu et al, 2020), que permitió observar el crecimiento exponencial de la mala nomenclatura del nuevo virus durante el momento de su aparición, analizando diversos documentos tanto científicos como noticiosos, el estudio demostró que tan solo la mala nomenclatura provocó un estado de desinformación en el mundo que creció de manera exponencial. En dicho estudio se realizó un análisis cienciométrico de las incidencias de consulta de las palabras clave que se usaban para obtener información en Internet sobre el COVID-19, en Google y en las bases de datos WoS y PubMed, y se percataron que en 58 países incluidos México se promovía una estigmatización negativa y progresiva contra la población China; con la reproducción de frases como “nombran a China como una de las principales amenazas”, “China es el verdadero enfermo de Asia” o como “el origen no natural del coronavirus COVID-19 fabricado en China”, las cuales incitaban a provocar el miedo, el prejuicio, el disgusto, la xenofobia y el pánico para la nueva enfermedad contaminando así el sistema mediático con este tipo de desinformación, incluyendo el factor emocional.

Con el ejemplo anterior y las características antes mencionadas, la desinformación engloba dos procesos por la forma en cómo se construyen: a) la posverdad (post-truth) y b) las noticias falsas (Fake News). La posverdad no es un sinónimo de mentira, pero es una relativización de la verdad; debido a que la posverdad se vale de la subjetividad y del discurso emotivo por encima de los hechos o la razón, y se hace presente cuando la gente prefiere hacer caso a sus creencias y emociones en lugar de la verdad objetiva, lo que ocasiona que las personas acepten la información como verdadera. Si bien la manipulación basada en creencias o sentimientos no es una mentira en sí misma, se puede entender como tal, ya que no contiene argumentos objetivos ni hechos verídicos que sean contrastados con la realidad y se construye bajo la idea de hacer creer que una cosa que existe, no existe y que lo que no existe, existe. Por tanto, cae en la categoría de desinformación y de mensajes falsos (Estrada, Alfaro y Saavedra, 2018).

Las noticias falsas por su parte se definen como la difusión deliberada de información engañosa a través de medios sociales (Tinoco, Oliveira, Luiz y Paes, 2020). No obstante, el término fake news no tiene una connotación única. Algunos la utilizan como un medio de atracción de tipo propagandística o alarmista; otros la usan para referirse a reportajes falsos o sensacionalistas o simplemente como una forma para expresar una inconformidad que como veremos más adelante no siempre contiene información cierta, estas situaciones han mermado la confianza de la sociedad en la información periodística.

Si bien es difícil discernir las motivaciones detrás de la desinformación, es claro que la COVID-19, está acompañada de estos desórdenes informativos los cuales representan un desafío no solo a la salud también a la economía, a la libertad, a la ciencia, a la vida misma y sobre cómo vivirla; ya que en estas comunicaciones se ensamblaron narrativas falsas y verdaderas, traen consigo que las certezas sean diluidas dejando en el individuo la producción de su realidad.

4. La desinformación en la construcción de la realidad

Como hemos relatado los desórdenes informativos traen como consecuencia un estado de anomia e incertidumbre entre la humanidad, debido a la pérdida del sentido de la realidad. Pero ¿cómo se puede perder el sentido de la realidad?, si está representa la existencia real y efectiva de algo verdadero (RAE, 2022), con la que interpretamos y construimos sentidos y valores.

Ante esta interrogante Watzlawick (2021) explica que la realidad es el resultado de la comunicación, lo cual puede parecer una tesis paradójica, dado que a primera vista la realidad puede entenderse “de toda evidencia, lo que la cosa es realmente, mientras que la comunicación es sólo el modo y manera de describirla y de informar sobre ella”. Sin embargo, Watzlawick nos menciona que esto es:

La más peligrosa manera de engañarse a sí mismo es creer que sólo existe una realidad; que se dan, de hecho, innumerables versiones de la realidad que pueden ser muy opuestas entre sí, y que todas ellas son el resultado de la comunicación y no el reflejo de verdades eternas y objetivas. (Watzlawick, 2001:7)

Dicho en otras palabras, existe una relación directa entre la realidad y la comunicación, y al ser la comunicación un producto humano, mediada por los diferentes medios y en todos los casos interpretada desde diferentes puntos de vista se van produciendo diversas realidades.

Si consideramos que la realidad puede entenderse:

1. Como un reflejo de la realidad; en la que los medios de comunicación e información muestran lo que ocurre en el contexto como un espejo, sea cual sea la aportación;
2. Como una reproducción de la realidad; esta concepción afirma que los medios reproducen la realidad tal y como ha sido captada tecnológicamente, por lo que aquello que ha sido captado por su lente se puede asumir como válido y verdadero;
3. Como una construcción de la realidad, donde la reproducción de un mensaje conlleva a construir una nueva realidad, debido a que los estratos de poder económico, político o empresarial pueden determinar lo que será mostrado, a quiénes y de qué manera, y con ello lo que será omitido; o bien las personas con acceso a la red puedan respaldar esas narrativas u ofrecernos otras concepciones de la realidad, lo que nos puede llevar al punto de hablar de una realidad inventada desde donde se crean metáforas y grandes relatos de la sociedad y el mundo. (Aparici, 2010)

A primera vista las dos primeras concepciones, ofrecen una forma más objetiva de presentar la realidad, y por lo general se aceptan como evidencias de la misma, pero al mismo tiempo pueden contener un tratamiento en la que pueden dar un giro significativo a las formas de recepción, consumo y de producción simbólica que de acuerdo a lo que está dentro del campo visual, pero al dejar excluida el resto se puede considerar una elaboración y no su reflejo, y por lo tanto al ser una reproducción esta refiere a una condición de la construcción de la realidad.

Debido a lo anterior este trabajo retoma el tercer enfoque, porque parte de la idea de que la realidad se establece como consecuencia de un proceso dialéctico entre relaciones sociales, hábitos tipificados y estructuras sociales (Berger y Luckmann 2006), con las cuales el sujeto produce interpretaciones simbólicas, internaliza roles y forma identidades, de manera que el sentido y carácter de la realidad es comprendido y explicado por medio del conocimiento.

El conocimiento se presenta como la certidumbre de que los fenómenos son reales y que poseen características específicas (Berger y Luckmann, 2006), y es a través del lenguaje donde compartimos esos conocimientos, así como los significados comunes en nuestra vida cotidiana.

El lenguaje es el instrumento que nos permite compartir con los demás, puesto que sirve para construir mundos significativos y es el sistema de signos más importantes para construir símbolos, de tal manera que se convierte en un instrumento esencial para la aprehensión de la realidad del sentido común. El lenguaje, también, posibilita las objetivaciones, las legitimaciones y la internalización de la realidad. Por último, es de gran relevancia para la acumulación social del conocimiento y su distribución social. (Yañez, 2010: 294)

Considerando lo anterior, al mantener un factor de quiebre como lo es la incertidumbre tanto de la pandemia como de su gestión, el lenguaje tiene un papel fundamental en la construcción social; pues esta construcción va entretejida por los complejos modos de comunicar, siendo reciprocas entre sí, pero que en sí mismas pueden representar una trampa de apariencias, sofismas, males que forman parte de la realidad, productos de un acontecimiento dramático.

Esto se produce porque en la interpretación y construcción de la vida cotidiana la información se transmite y el modo en cómo se hace deviene en formas de construcción de la realidad, de manera que los individuos vinculan la manera en que entienden la realidad con el

medio, con otras personas y con las instituciones donde se desarrolla y puede crear una realidad diferente a la original, una realidad nueva a partir de un acontecimiento.

Por ello, las cadenas de mensajería con acento alarmista y falso, así como las noticias en tono histérico transmitidas por los medios de comunicación haciendo alusión a una postura institucional, provocaron un ambiente de desinformación y de respuestas dicotómicas, pues al ser compartidos por un conocido real y contener información institucional se asumieron como verdaderas.

En este entendido podemos decir que lo falso fue asumido como un hecho real pues las desinformaciones contenían similitudes con nuestro conocimiento previo y es que: “la realidad externa nuestro espacio social y material al que estamos acostumbrados y dentro del cual somos capaces de orientarnos e interactuar con los demás” (Zizek, 2021:141). Dicha externalización recalca la importancia de concebir lo que sucede en la sociedad como un producto humano, continuamente en actividad y al mismo tiempo constituyente de ella. Lo cual implica que cada individuo puede dar cuenta de una realidad, siempre y cuando encuentre eco con los otros en el proceso de interacción.

Por ello, Berger y Luckman (2006), mencionan que el individuo y la sociedad se producen en una relación dialéctica, compuesta de tres pasos: externalización, objetivación e internalización.

- a) La externalización considera que, si el hombre en sociedad es constructor de su mundo, esto resulta posible debido a que esa abertura al mundo le ha sido dada constitucionalmente, porque existe un conflicto inherente entre el orden y el caos, y en la existencia humana, las personas externalizan sus propios significados de la realidad.
- b) La objetivación consiste entonces en cómo la realidad se hace accesible, masiva para cada persona y para los otros, de modo que en el lenguaje la subjetividad objetiva hace más real la subjetividad, de modo que la objetividad del mundo social significa enfrentar al hombre con algo exterior a él mismo. En el caso de la infodemia la COVID-19 significaba una amenaza y para actuar se necesitaba saber y las redes sociales actuaron como el vehículo accesible de información donde cada sujeto objetivaba la realidad en función de sus intereses. Dicho en otras palabras, la objetivación lleva al establecimiento de vínculos explícitos entre los temas significativos que se arraigan en los sujetos y en las diversas

instituciones, por lo que las instituciones pueden correr el riesgo de reproducir desinformación a la sociedad.

c) La internalización, es el tercer momento del proceso dialectico, por la que el mundo social objetivado vuelve a proyectarse durante la conciencia en el proceso de socialización, de forma que en la transmisión del mundo social, puede surgir conflicto o competencia entre legitimaciones diferentes, debido a que los sentidos de la realidad son diversos y por lo tanto surge un problema de legitimación y de socialización, lo que produce duda, y cada una debe establecer su funcionalidad y sustentarse en aspiraciones lógicas que deben enfrentarse con las de los otros y es que en la forma compleja de la internalización, cada persona no sólo comprende los procesos subjetivos momentáneos del otro, comprende el mundo en el que vive y ese mundo se vuelve suyo, o bien lo rechaza porque subjetivamente no proyecta su particular sentido de la realidad.

Por lo cual, en el proceso de construcción de la realidad como la forma en la que la subjetivación tiende a independizarse de la individualidad humana, sobresalen la institucionalización, la legitimación y la socialización.

La legitimación y la institucionalización son el medio por el cual la actividad humana se objetiva, se hace ajena al individuo que la produce y así asume el carácter de realidad objetiva, pues las instituciones “tienen la función de proyectar y estructurar un orden o un universo de sentido, de certeza y permanencia de las relaciones entre la naturaleza y la sociedad. (Vizer, 2003: 47)

Entonces, cuando los miembros de las instituciones cometen el error de divulgar desinformaciones, se corre el riesgo de que los miembros de la sociedad estructuren su realidad en función de la desinformación obtenida, pues al considerar que la institución respalda ese contenido los sujetos asumen la información falsa como verdadera y la reafirman mediante la socialización.

Pues es en ese proceso que la realidad es internalizada, de manera que en las relaciones comunicativas de los hombres y mujeres, ya sea locales o extranjeros, de forma presencial o a distancia dan vigencia a los signos, valores y creencias, y es que en las redes sociales ya no sólo encontramos meras formas de recepción y consumo cultural, ahora representan nuevas formas productivas de producción simbólica.

Por lo que la desinformación que encontramos en las redes sociales logra internalizarse en los sujetos debido a la gran autonomía de producción y capacidad de crear canales, redes y estructuras capaces de operar en tiempo real sin necesidad de un tiempo preciso para la difusión de la información; y aquellos que tienen acceso a las Tic, pueden transformarse en actores estratégicos con un grado creciente de expresión y generación de nuevas comunidades virtuales, en donde los sujetos a través de la reproducción y el compartir pueden crear reacciones diversas que hacen posible que se mantenga vigente la desinformación y su impacto en la acción.

Y es que lo que llamamos realidad, es el desvencijado andamiaje de nuestras cotidianas percepciones de la realidad, es propiamente ilusorio y no hacemos sino repararla y apuntalarla de continuo, incluso al alto precio de tener que distorsionar los hechos para que no contradigan a nuestro concepto de realidad, en vez de hacer lo contrario, es decir, en vez de acomodar nuestra condición del mundo a los hechos incontrovertibles (Watzlawick, 2021).

De modo que nuestras acciones están determinadas por una explícita concepción de la realidad, en la que el ser humano procura ayudarse a ordenar la vida social y en especial a dar sentido a las situaciones caóticas o inmanejables que le provean de una visión liberadora de un presente angustioso, como el caso de la pandemia por la COVID-19, en el que las afectaciones a su normalidad provocaron incertidumbre, por lo que en esa construcción de lo real el ser humano busca una revelación, una certidumbre donde todo puede ser y le permita dar sentido a su actuar y pensar.

De manera que la realidad, consiste en un saber comunicable, donde el lenguaje constituye un saber que actúa en el doble sentido de que hace cosas con las palabras y de que se halla ligado a una puesta en escena. (Barbero, 2003, p13)

Para nuestra sociedad la escena inició su primer acto con el advenimiento de una nueva enfermedad, de origen desconocido, de alta contagio, con consecuencias fatales y sin un método eficiente que pudiera curarla; de manera que la duda y la búsqueda de diferentes interpretaciones siempre estuvieron en las mentes de las personas y de la sociedad misma expresada en creencias, opiniones, relatos e imágenes que pretendían darle orden y sentido a la existencia humana. Además, hay que considerar que es la primera vez que este proceso se hace prácticamente instantáneo y global por de las denominadas Tecnologías de la Información y Comunicación.

Debido a que las tecnologías de recolección y control de datos, su transferencia y utilización como instrumentos de control y transformación de procesos físico, naturales y humanos son capaces de modificar radicalmente cualquier visión que hayamos tenido hasta el presente sobre lo que es real y lo que no es, sobre las relaciones entre el hombre, la sociedad, la cultura, la naturaleza, más aún las difusas esperanzas sobre la existencia de un ámbito de lo sagrado. (Vizer, 2003, 39)

En este sentido, lo sagrado resultó ser la vida misma, una búsqueda por la subsistencia ante una amenaza que no solo afectaba su existencia, su forma y modo de vivirla, por lo que el ser humano buscó en las tecnologías modernas algo que le permitiera una defensa contra la incertidumbre, y en consecuencia aceptó valores y creencias en las informaciones que le permitieran afrontar los desajustes a su vida, y es que:

El ser humano ha creado puentes con lo desconocido, legitimando y protegiendo a sus chamanes sus ceremonias e instituciones para apelar el reconocimiento de las sociedades humanas de que debe haber un orden no visible que sostiene la realidad al cual hay que dar reconocimiento por medio de la palabra, las ceremonias y en ciertos casos de grandes sacrificios humanos. (Vizer, 2003: 47)

Por lo tanto, es fundamental admitir qué en el dominio de lo humano, producir información objetiva ha significado producir representaciones, datos, descripciones siempre sujetas a interpretaciones diferentes, así como producir elementos que procuren darle respuesta a situaciones desconocidas.

Si consideramos que la desinformación es información se comprende que estas establezcan signos, valores y sentidos que vayan en contradicción con las conductas esperadas. “La información no constituye sentido ni significado, produce una materia prima signos y textos, sólo la interpretación procesa la información con el fin de construir posibles, significados, valores y sentidos” (Vizer, 2003: 43).

Con la matriz de contenido observamos que las desinformaciones, provenientes de Facebook, se dirigían a mostrar mentiras, engaños, noticias falsas y manipulaciones relacionadas con el origen de la enfermedad y el uso de las vacunas, resaltando las teorías conspirativas las

cuales tratan de explicar la situación como el resultado de un plan cuidadosamente coordinado por un grupo ya sean gobiernos, empresarios o farmacéuticas, en detrimento del interés general, de igual manera se publican curas falsas, con las cuales las personas buscan encontrar certidumbre ante el padecimiento de una enfermedad que durante ese momento no tiene una cura, por lo cual las curas tienen eficiencia simbólica ya que albergan la posibilidad de encontrar la respuesta sus necesidades, debido a que para que pueda “concretarse el símbolo tiene que operar dentro de un sistema de referencia que lo sustente, es decir dentro de un colectivo que crea y tenga fe en él” (Musso, Enz y Werbin) que al estar vinculado con sintomatologías parecidas se considera como posible recurso de solución.

Las noticias publicadas en redes sociales estaban vinculadas a plataformas de prensa digital, en ellas resalta la relativización de la verdad o desinforman sobre la pandemia de COVID-19, lo que fomenta una profunda crisis de sentido; pues en un mundo donde las instituciones representan la versión objetiva, final y reconocida de los hechos, permitió que se dudara de la capacidad de gestión, se contradijeron las versiones e incluso se infravaloraron las medidas preventivas y las consecuencias.

Las cadenas que contenían desinformación contenían bifurcaciones contra la ciencia y curas falsas, regularmente cargadas de lenguaje científico para otorgarles la apariencia de información científica, con la característica de integrar un anónimo portavoz de la salud.

6. Conclusiones

Las noticias falsas no son un fenómeno aislado de la realidad social, ni mucho menos una externalidad de la tecnología, el problema de las noticias falsas y de la posverdad orbita en la incorporación social que se hace de la tecnología y sus contenidos, y la significación que los sujetos hacen de ellos.

Esta significación pretende dar sentido a lo desconocido, y en un momento de urgencia de información los sujetos construyeron realidades a partir de las objetivaciones que encontraron en las desinformaciones que circulan en la red.

La construcción diferenciada de la realidad procede no solo de la desinformación, si no del proceso de socialización en el que el sujeto da por sentada la desinformación como certeza en la medida que encuentra similitudes con otros sujetos y sus instituciones, en ellas funda sus creencias

y valores.

Referencias

- Aparici, R. (2010). La construcción de la realidad en los medios de comunicación. Universidad Nacional de Educación a distancia. Madrid
- Berger, P. y Luckmann T. (2006). La construcción de la realidad. Amorrortu, Buenos Aires
- Del Fresno Miguel (2019) “Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad”. El profesional de la información, v. 28, n. 3, e280302. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- Estrada C., Alfaro K., y Saavedra V. (2020). Disinformation y misinformation, posverdad y fake News. En Información, cultura y sociedad. 42. junio 2020. Doi: 10.34096/ics. i42.7427
- Fallis, Don. 2016. Mis- and dis-information. En Floridi, Luciano, ed. The Routledge Handbook of Philosophy of Information. Oxfordshire: Routledge. p. 332-346.
- Hu, Z., Yang, Z., Li, Q. & Huang, Y. (2020). Infodemiological study on COVID-19 epidemic and COVID-19 infodemic, de 10.20944/preprints202002.0380.v3.https://www.researchgate.net/publication/339501808_Infodemiological_study_on_COVID-19_epidemic_and_COVID-19_infodemic/citation/download
- Hung LS (2003). The SARS epidemic in Hong Kong: what lessons have we learned? En JR Soc Med.[en línea] No 96 vol. 8, 2003: 374-8. Disponible en doi: 10.1258/jrsm.96.8.374
- ICOLC (2020). “Declaración de la Coalición Internacional de consorcios de Bibliotecas (ICOL) sobre la pandemia mundial COVID-19” en ICOLC Universo Abierto [en línea]. Salamanca, Disponible en: <https://universoabierto.org/2020/03/16/declaracion-de-la-coalicion-internacional-de-consorcios-de-bibliotecas-icolc-sobre-la-pandemia-mundial-COVID-19/> [Accesado el 12 de abril de 2021]
- La Jornada (2020, marzo 12). La OMS declara pandemia la crisis por COVID-19, afectados 114 países. <https://www.jornada.com.mx/2020/03/12/mundo/021n1mun>
- Larson, H. (2020) Blocking information on Covid-19 can fuel spread of misinformation. Nature, 580. <https://www.vaccineconfidence.org/latest-news?>
- Lee Wee Su (2021, julio 22) La pandemia no acabó, pero varios países creen que es necesario

- aprender a vivir con el virus. The New York Times.
<https://www.nytimes.com/es/2021/07/22/espanol/restricciones-covid-mundo.html>
- Magallón, R. (2019). Unfaking news.Cómo combatir la desinformación, Piramide
<https://doi.org/10.5209/esmp.64838>
- Musso, C. Enz P. y Werbin, E. (2016). Symbols and their therapeutic role: Looking for scientific grounds.https://www.sap.org.ar/docs/publicaciones/primer/2016/Com_Musso_anticipo_5-9-16.pdf
- OMS. (2020a). “Cronología de la actuación de la OMS”. En C. d. Prensa, Editor OMS [en Línea] Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---COVID-19> [Accesado el 13 de mayo de 2020] Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2020). Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la Covid-19. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52053>
- OMS. (2020b). “La escasez de equipos de protección personal, pone en peligro al personal sanitario en todo el mundo” Organización Mundial de la Salud. [en línea] 4 de marzo de 2020, Disponible en: <https://www.who.int/es/news/item/03-03-2020-shortage-of-personal-protective-equipment-endangering-health-workers-worldwide>
- OMS. (2020c). “Primera conferencia de la OMS sobre Infodemiología” Organización Mundial de la Salud. [en Línea]. Disponible: <https://www.who.int/es/news-room/events/detail/2020/06/30/default-calendar/1st-who-infodemiology-conference>. [Accesado el 4 de abril de 2020]
- RAE (2022). Real academia española, realidad. <https://dle.rae.es/realidad>
- Vázquez Luna J. (2020). “Las noticias falsas (fake news), la desinformación y la infodemia durante la pandemia de la COVID-19” en Universidad Anáhuac México. [en línea] <https://orcid.org/0000-0002-8808-5023>
- Vizer, E. (2003). La trama invisible de la vida social: Comunicación, sentido y realidad, La crujia, Buenos Aires
- Watzlawick P. (2001). ¿Es real la realidad? Confusión, desinformación, comunicación. Herder. Barcelona.
- Yañez (2010). La construcción social de la realidad la posición de Peter L. Berger y Thomas Luckmann, en Revista Jurídica 6(2),289-304.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3262960>

Zizek, S. (2021). *Pandemia. La covid 19 estremece al mundo*, cuadernos anagrama. Barcelona.

Notas _____

¹ En 1973, el Comité Internacional de Taxonomía de Virus (ICTV) autoridad mundial en la designación de nombres de los virus, determinó que existen 7 espectros de coronavirus humanos (HCoV) conocidos por causar los resfriados, de ellos, los coronavirus HCoV-229E, HCoV-NL63, HCoV-OC43 y HCoV-HKU1, son habitualmente responsables de enfermedades respiratorias leves como el resfriado común, pero que pueden causar graves infecciones en individuos inmunodeprimidos. No obstante, tres miembros han causado brotes mortales: SARS-CoV, MERS-CoV y el recién identificado coronavirus ahora conocido como SAR-CoV-2 (Hu *et al.*, 2020).

² La tormenta de citoquinas durante las infecciones virales, representan la primera línea de defensa coordinada del cuerpo en contra de virus SARS. Sin embargo, una rápida replicación viral y una alta respuesta de citoquinas proinflamatorias en células epiteliales, dendríticas y macrófagos del pulmón inducen a apoptosis, deteriorando las barreras pulmonares microvasculares y células epiteliales alveolares, causando hipoxia (Manzano, 2020).

Violencia en Espacios Sociodigitales en el Ámbito Educativo: Una Aproximación desde el Estado del Arte

Violence in Sociodigital Spaces in the Educational Field: An Approach from the State-of-the-Art

*Octavio Tixtha López **

Resumen: El presente trabajo es una revisión del estado del arte del estudio de la violencia digital en jóvenes escolares. Se realizó una búsqueda de textos académicos en México publicados entre 2011-2021. La violencia digital se ha estudiado en tres aspectos: difusión digital de violencia social, violencia de género escolar y cyberbullying. Se emplearon metodologías cuantitativas, cualitativas, etnografía digital y revisión teórica. Se utilizaron instrumentos con escala tipo Likert, entrevistas, estudio de caso, autoinformes, etc. Es necesario indagar en la denuncia digital enfatizando el potencial político de las redes sociodigitales, además de estudiar prácticas concretas que usan para enfrentar dicha violencia.

Abstract: The present work is a review of the state-of-the-art of the study of digital violence in young schoolchildren. A search of academic texts in Mexico published between 2011-2021 was carried out. Digital violence has been studied in three aspects: digital diffusion of social violence, school gender violence and cyberbullying. Quantitative and qualitative methodologies, digital ethnography and theoretical review were used. Instruments with a Likert-type scale, interviews, case study, self-reports, etc. were used. It is necessary to investigate the digital complaint emphasizing the political potential of socio-digital networks, in addition to studying specific practices that they use to confront said violence.

Palabras clave: Violencia Digital; Violencia Escolar; Estado del Arte.

1. Las tecnologías digitales y la violencia escolar

Estudiar la violencia en el ámbito educativo en tiempos de pandemia, implica incorporar elementos que durante la emergencia sanitaria y el confinamiento se hicieron presentes, por lo menos dos, el primero tiene que ver con el hecho de que el alumnado dedica buena parte de su tiempo para

* Doctorante del Doctorado en Política de los Procesos Socioeducativos de la Universidad Pedagógica Nacional, México, en la línea de investigación 1. Construcción histórico-política de los procesos socioeducativos, nincrepusculo@hotmail.com

socializar a través de las pantallas, un hábito generado durante el confinamiento, pues en aquel momento, esa era la única forma de interactuar con sus amistades.

El segundo implica dimensionar el hecho de que este proceso de socialización se dio de manera forzada, no fue un proceso paulatino, fue de un día para otro, esto significa que las y los jóvenes tuvieron la necesidad de participar en los entornos sociodigitales sin un proceso de acompañamiento que les permitiera aprovechar al máximo las ventajas de estudiar y socializar en dichos entornos, pero al mismo tiempo, que les permitiera identificar riesgos y desarrollar acciones de prevención y autocuidado ante la violencia que se practica en la red y ante la cual son vulnerables.

Entonces, proponer un estudio de la violencia escolar luego de la pandemia es un asunto complejo que requiere incorporar estos dos elementos para generar un acercamiento a la violencia escolar desde una mirada amplia, que reconozca que “vivir en esta sociedad significa de manera ineludible contar con la presencia de las tecnologías de la información y la comunicación en todas las actividades de la vida, desde las tareas más profesionales hasta los usos más cotidianos” (Susinos y García, 2006:183, en: Arroyabe, 2018).

De modo que para estudiar la violencia escolar, es necesario incorporar la dimensión tecnológica y sus características, esto, en la búsqueda de los actores principales que participan en la violencia escolar y las condiciones contextuales que autorizan este tipo de prácticas, los entornos transaccionales que normalizan su uso y lo legitiman, las formas que toma, las prácticas veladas que la sustentan y las acciones en las que se materializa este ejercicio de poder en el que participan niñas, niños, adolescentes, maestros, directivos, madres y padres de familia e incluso, personal de cafetería, de intendencia, de biblioteca, vecinos, vendedores ambulantes, curiosos y transeúntes.

Luego de la pandemia, también participan audiencias múltiples dentro y fuera del contexto escolar, medios de comunicación, desarrolladores de contenido, periodistas y todo aquel que decida opinar sobre material audiovisual que dé cuenta de casos concretos de violencia escolar, en donde se expone a las víctimas con el fin de obtener más vistas.

2. La dimensión de la violencia digital en la escuela

La violencia es el “uso intencional de la fuerza física o el poder real como amenaza contra uno mismo, una persona, grupo o comunidad, que tiene como resultado la probabilidad de causar daño psicológico, lesiones, la muerte, privación o mal desarrollo” (OPS, 2019). Su uso constante desde una posición de poder “denigra a cualquier ser humano en su imagen personal, su proyección social, su plan de vida y el libre desarrollo de su personalidad” (Morales, 2022).

La violencia también se vive en línea, esto implica “conductas violentas que sufren las niñas, niños y adolescentes a través del uso cotidiano de las TIC, se consideran violencia *online* y afecta gravemente a su desarrollo” (Save the children, 2019), y puede tomar diversas formas tales como “agresiones sistemáticas contra los usuarios/as que se pueden presentar a través de espionaje estatal o privado, monitoreo, filtración de datos, brechas digitales, acoso y extorsión por parte de actores público y privados” (Hiperderecho, 2019).

Identificar la violencia digital no es sencillo, pues es necesario desmontar discursos productores de verdad que indican que hay comportamientos que no son violencia, que son parte de la cultura o de la forma en la que nos relacionarnos, “que no son para tanto”. Aun así, es posible identificar algunos datos al respecto para dimensionarla, por ejemplo, según datos del INEGI (2021) entre la población de 12 años y más, “la situación de ciberacoso más frecuente que experimentaron las mujeres fueron las insinuaciones o propuestas sexuales (35.9%), mientras que en el caso de los hombres fue el contacto mediante identidades falsas (37.1%)” (INEGI, 2021).

Esto nos afecta a todas y todos, pero vulnera de forma distinta a los más jóvenes, sobretodo en un contexto en el cual “las autoridades federales también han advertido de un incremento considerable de crímenes digitales, violencia en internet y tráfico de pornografía infantil durante los meses de confinamiento” (UNICEF, 2021). Esta situación está presente en el ámbito escolar, pues según la ONG Bullying sin Fronteras, en México, hay al menos 180 000 casos graves de bullying cada año y se tiene registro testimonial de por lo menos “100 mil chicos y chicas que viven con miedo por el ciberbullying y por una corriente de mensajes de odio que se ha instalado en las redes sociales” (Bullying sin Fronteras, 2022).

Esto es importante, porque las y los jóvenes han aprendido a pasar más tiempo en los entornos sociodigitales, los cuales permiten “interacciones entre dos o más personas con distintos propósitos, ya sea personales, sociales, laborales e incluso escolares, a través de procesos de

comunicación, socialización y colaboración” (Marini, Jácome y López, 2016:132). Pero también permiten la presencia de violencia durante sus interacciones cotidianas, pues ahí es en donde “se miran, admiran son mirados y admirados, se divierten, estudian y son estudiados, aman y son amados, y maltratan y son maltratados” (Lucío y Gómez, 2018:83, en: Sánchez, 2018).

En este sentido, es importante recalcar que la violencia digital está presente y toma diversas formas, siendo factible reconocerlas en su uso y vincularlas con su símil en la presencialidad. El caso más claro para ilustrar este asunto es el cyberbullyig, que retoma la esencia del bullying y la opera en los entornos sociodigitales, es decir, “se trata de acoso o intimidación por medio de las tecnologías digitales, que se repite y que busca atemorizar, enfadar o humillar a otras personas” (UNICEF, 2022). ¿Qué es lo que lo hace diferente?, su articulación con el componente digital, lo que implica “una audiencia más amplia, mayor perdurabilidad de las agresiones, capacidad para generar exclusión de las víctimas y anonimato del agresor (Martínez-Otero, 2017:30, en: Giménez, Arnaiz, Cerezo y Prodócimo, 2018), entre otras.

Entonces, se trata algo más que un simple traslado de una modalidad de violencia a otro espacio, pues las condiciones operativas de los entornos sociodigitales configuran una violencia distinta en intensidad, frecuencia, sentido y temporalidad, por lo cual es necesario un entendimiento que logre dimensionar las prácticas de uso que las y los jóvenes llevan a cabo en torno a la violencia, debido a las múltiples afectaciones sociales y psicológicas que se articulan, permanecen por tiempo indefinido y modifican las experiencias en el ámbito escolar y fuera de él.

En este sentido, es necesario realizar un breve recorrido por las investigaciones realizadas al respecto, aquellas que consideren la violencia digital y su presencia en el ámbito escolar, cómo afecta al estudiantado y las diversas formas que toma conforme el avance tecnológico lo ha permitido. Esto, con la finalidad de construir un posicionamiento sólido que permita proponer un acercamiento al problema distinto, que considere las aportaciones realizadas al campo de la investigación y que brinde elementos sustanciales para problematizar el tema en cuestión, visibilizando aquello no estudiado que permanece en las sombras, permitiendo un ejercicio de problematización desde “lo que no aparece en la investigación, pero está ahí, en la práctica, en la vida, en la política” (González, Rivera, y Guerra, 2020:16).

Para esto es necesaria la realización de un estado del arte, para “determinar cómo ha sido tratado éste tema y cuáles son las tendencias” (Barbosa, Barbosa y Rodríguez, 2013:89), además

será posible reconocer “como diferentes actores han tratado el tema de la búsqueda, hasta dónde han llegado, qué tendencias se han desarrollado, cuáles son sus productos y qué problemas se están resolviendo” (Londoño, Maldonado y Calderon, 2016:7).

Esto permitirá proponer un enfoque distinto a lo ya hecho, que incorpore las disrupciones provocadas por la pandemia y la masiva inmersión al mundo digital de toda la población escolar, centrándose en este caso, en las y los jóvenes. Esto es posible dado que el estado del arte sirve como “referencia para asumir una postura crítica frente a lo que se ha hecho y lo que falta por hacer en torno a una temática o problemática concreta, para evitar duplicar esfuerzos o repetir lo que ya se ha dicho” (op. cit.).

Considerando lo anterior, es que el presente estudio busca indagar cómo se ha estudiado la violencia digital en el ámbito escolar, cuáles son los temas centrales que las y los investigadores han indagado, sus metodologías y los hallazgos que han documentado, esto con la finalidad de recuperar estos elementos y proponer un acercamiento al estudio de la violencia digital sustentado en dichas investigaciones.

3. Criterios de búsqueda

Para la presente investigación, se realizó una revisión de fuentes bibliográficas que dieran cuenta de lo investigado respecto a la violencia digital en el contexto educativo en México, se revisaron bases de datos, revistas electrónicas indexadas, libros electrónicos y tesis digitales, con la finalidad de identificar textos que abordaran este tema considerando investigaciones con una temporalidad máxima de diez años, es decir, solo se consideraron aportaciones de 2011 a 2021. Éste fue un criterio importante, dado que se buscaron las aproximaciones más recientes con plena consciencia de que el tema de lo digital avanza de manera muy rápida, esto, considerando mayor cobertura en servicios de Internet, mayor accesibilidad a dispositivos inteligentes y por la necesidad de estar conectados a partir de la pandemia COVID-19, el confinamiento y las clases a distancia.

La indagación se realizó sobre investigaciones realizadas en México, esto para localizar aspectos poco estudiados a partir de los cuales sea posible proponer una investigación pertinente. Se buscaron solo fuentes con rigor académico, es decir, se dejó de lado fuentes periodísticas, post, blogs, foros de discusión, publicaciones en redes sociodigitales, editoriales de periódicos, revistas de opinión y demás fuentes que carecieran de un proceso de revisión riguroso para su publicación,

de manera que se centró la investigación en revistas electrónicas indexadas, libros electrónicos y tesis digitales de doctorado, esto debido a que no era posible acceder a materiales impresos con motivo del confinamiento.

Cabe mencionar que la presente investigación se llevó a cabo en 2021, en un momento en donde las restricciones sanitarias por la pandemia COVID-19 impedían el acceso a bibliotecas de manera presencial. Por último, se buscó incorporar textos que proporcionaran distintas aproximaciones al tema, con la intención de diversificar las temáticas de los textos seleccionados, esto, para construir un panorama general de la investigación realizada en México y no repetir textos con temáticas y hallazgos similares.

4. Palabras clave, bases de datos y primera selección de textos

Establecido lo anterior, se procedió con la búsqueda a partir de las siguientes palabras clave: “violencia escolar en línea” y “violencia escolar digital”, dado que no ofrecían resultados en relación con el tema de investigación, se refinaron quedando de la siguiente manera: “violencia digital”, “violencia escolar”, “cyberbullying” y “ciberacoso”.

Este segundo grupo de palabras clave arrojó resultados en el sentido esperado, si bien se presentaron textos que abordaban la violencia digital en distintos escenarios, fue posible refinar la búsqueda y localizar textos en el ámbito educativo.

Se comenzó la búsqueda en las bases de datos de Redalyc y Scielo de donde se obtuvieron la mayoría de los textos seleccionados, se revisó la biblioteca digital de la UPN y la UNAM indagando sobre revistas y tesis de doctorado, así mismo el estado del arte del CONACYT, el portal de Internet Google Academics y por último, una revisión desde el buscador de Google.

De esta manera se seleccionaron 20 textos, de los cuales 13 fueron artículos de revistas indexadas de producción universitaria en su mayoría, como son las revistas digitales de la UNAM, UAM Cuajimalpa, UAM Xochimilco, Universidad Autónoma Indígena de México “El Fuerte”, Universidad Iberoamericana y el Instituto Politécnico Nacional entre otras. Del mismo modo, se seleccionaron 5 libros en donde destaca la producción de la Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México y de la Universidad de Guadalajara. Por último, se eligieron 2 tesis de doctorado ambas de la UNAM, esto, ante la escasa producción respecto al tema de investigación, si bien las aproximaciones más recientes eran tesis de licenciatura, éstas no entraron dentro de los criterios

previamente establecidos.

5. Selección final de textos a analizar

En un segundo momento, se realizó una segunda selección de textos, depurando la investigación y evitando la sobresaturación de temáticas similares. Lo fundamental en este momento de la investigación fue construir una mirada amplia al tema de la violencia, para esto, se seleccionaron textos acorde a la configuración de la violencia de Johan Galtung (1998).

Este autor, marca una diferencia entre lo visible y lo no visible en la violencia, siendo la primera, actos observables de violencia directa y la segunda, por una parte, violencia presente en actos no observables en la cultura, es decir, “la suma de todos los mitos existentes en una sociedad” y, por otra parte, violencia en las estructuras sociales, siendo “la suma de nociones injustas, discriminatorias y excluyentes instauradas en las instituciones públicas y privadas” (Galtung, 1998:130).

Debido a esto se seleccionaron textos que brindaran un panorama amplio de la configuración de la violencia en estos tres aspectos (directa, cultural y estructural), de manera que la problematización del tema se nutriera de un entendimiento amplio de la violencia en la red. De esta manera se eligieron 15 de estos textos de acuerdo a este criterio (10 artículos de revista, 4 libros y 1 tesis) para su análisis detallado, se priorizó la presencia de artículos de revistas indexadas dado el rigor requerido para su publicación, se seleccionaron capítulos de libros que abordaran el tema de la violencia en escenarios sociodigitales desde temáticas amplias como el sexting o el cyberbullying, y una de las tesis, que fue el único estudio que aborda la violencia en los videojuegos.

6. Resultados

Luego del análisis de los textos, las aproximaciones y hallazgos de estos estudios se organizaron en tres categorías: violencia sociocultural: significados-otros, violencia de género: denuncia sociodigital y búsqueda de justicia, y violencia escolar en línea: cyberbullying y sus efectos en el estudiantado.

6.1. Violencia sociocultural: significados-otros

Los estudios de esta categoría indagan respecto a los significados sociodigitalmente compartidos

que circulan en la red, las apropiaciones que de ellos hace la juventud, y las repercusiones en sus vidas, considerando como una sola esfera de interacciones lo digital y lo presencial.

Al respecto, el texto “Violencia, redes sociales y procesos de subjetivación política. El caso de #verfollow en Veracruz, México” (Zires, 2014), aborda cómo las y los jóvenes construyen un lenguaje propio en las interacciones en la red, el uso de símbolos que les significan y que les otorga pertenencia, los cuales son usados para comunicar la presencia de violencia en lo social, alertando a la población debido a la falta de información por censura oficial y mediática respecto a balaceras, movimientos de grupos armados, secuestros, asesinatos, narcomantas, etc., constituyéndose como un espacio de socialización que construye comunidad ante una realidad social que interpela a todas las personas, en donde se observa la participación de jóvenes en edad escolar.

Es un hecho que este tipo de situaciones impregnan de alguna manera a las y los jóvenes y se replica en los centros escolares, en donde prácticas violentas se normalizan y socialmente se divulgan con la intención de visibilizarlas y dar cuenta de la necesidad de construir aproximaciones al respecto desde la academia, tal es el caso del texto “Violencia digital y escolar en México” (Esquivel, 2018), que da cuenta del caso de un joven de 15 años en una secundaria en Monterrey, que amenazó con realizar un tiroteo en su escuela en sus redes sociodigitales y que materializó dicha amenaza asesinando a su maestra y a dos de sus compañeros.

Se observa en la narración de este hecho, la presencia de la cultura de violencia en las prácticas de un joven en su escuela, el uso de las redes sociodigitales para divulgar sus intenciones y posteriormente el uso de las mismas por autoridades y prensa para dar cuenta de ello, así como la respuesta mediática en donde hubo noticias falsas y un pésimo actuar de las autoridades responsables. Esto es una muestra de la influencia de contextos violentos y de la accesibilidad a contenidos igualmente violentos que configuran visiones del mundo en donde el sufrimiento del otro es parte de lo cotidiano.

En este sentido, la tesis de doctorado “Videojuegos en el contexto de violencia social en México: prácticas sociales, usos y apropiaciones de jóvenes jugadores mexicanos en Grand Theft Auto V” (Ramírez, 2018), nos da una muestra de las prácticas de videojugadores de un juego con altos índices de violencia explícita, lo que visibiliza la búsqueda de contenidos violentos con fines de entretenimiento, la presencia de violencia contextual en sus espacios de socialización y su asociación con prácticas cotidianas, además de comprender que existen sistemas de recompensa

sobre prácticas explícitas de violencia que fomentan su uso.

Es posible identificar que éste grupo de investigadores ha centrado sus análisis en mostrar que la violencia social está presente en las redes sociodigitales, cómo se denuncia pero también cómo es llevada al ámbito escolar, así como la disponibilidad de contenidos violentos, su búsqueda como entretenimiento y evidenciando la presencia de un sistema de recompensas que premia su uso, dentro y fuera de la escuela.

6.2. Violencia de género: denuncia sociodigital y búsqueda de justicia

Otra aproximación identificada en esta revisión del estado de arte, es la presencia de violencia de género en espacios sociodigitales, en donde las jóvenes están expuestas a una variedad inmensa de posibilidades de agresión en razón de género, desde el anonimato y gracias a la permisividad de las plataformas digitales.

Tal es el caso del texto “Violencia simbólica en Internet” (Serrano y Ruiz, 2013), en donde los autores problematizan el espacio digital como “espacios alternos para comportamientos violentos que al igual que en la sociedad, se reproducen y se aprenden dentro de lo que denominan cibernsiedad” (p. 129), creando nuevas formas de agresión y acoso que son utilizadas para violentar a las mujeres en estos espacios, cabe mencionar que aquí todavía se observa una distinción de lo digital como algo alterno.

Serrano, Santos y Morales (2012) en su artículo “Violencia virtual de género en estudiantes universitarios” dan una muestra de la configuración de este tipo de violencia al mostrar un estudio con 246 mujeres universitarias de licenciatura, en donde identifican presencia de violencia contra ellas en el ambiente virtual, construyendo una aproximación todavía sesgada al mencionar que es más difícil de identificar debido a que se encuentra en un mundo que no es el real, pero tienen a bien decir que las secuelas más que físicas son emocionales.

Otra aproximación en este sentido es la que muestra el artículo “El sexting, entre la desarticulación de lo público y lo privado de la red” (Aguirre y López, 2018), en donde se da cuenta de la presencia de esta práctica en espacios sociodigitales, la cosificación de la mujer y el uso de material audiovisual para chantajear y acosar, siendo una muestra de las prácticas presentes en las redes sociodigitales que generan violencia hacia las mujeres.

Por otra parte, la literatura generada también da muestras del uso de las redes sociodigitales

como mecanismo de denuncia de este tipo de violencia, se trata de la búsqueda de justicia ante acciones que dejan de ser privadas y se instauran en prácticas escolares, tal es el caso del artículo “Redes sociales digitales y escalas de justicia de género en universidades” (Barreto, 2017), el cual muestra el uso de redes sociodigitales como mecanismo de presión y denuncia pública, debido a la opacidad en la atención a violencia de género en estudiantes universitarias sufrida por parte de sus profesores en situaciones como trabas para titularse, búsqueda de favores sexuales y presencia de misoginia. Aquí, se hace presente el uso político de las redes al mostrar la protesta estudiantil digital como mecanismo político capaz de modificar las escalas de justicia universitarias (tecnopolítica).

Aspecto que también se observa en el artículo “Atención al cyberbullying en la universidad pública desde el ámbito jurídico. El caso de la Universidad Autónoma del Estado de México” (Hernández, Morales, Morales y Fuentes, 2019), en donde, luego de una revisión conceptual del bullying y cyberbullying, evidencian la necesidad de contar con alguna clasificación de las violencias digitales, construir protocolos y asignar responsabilidades a las estructuras académicas para su atención, con lo cual se da un paso importante para su visibilización y atención, así como para ampliar su entendimiento al colocar este fenómeno en la esfera de lo jurídico.

En este sentido, la Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México en su informe “Violencia digital contra las mujeres en la Ciudad de México” (2021), aborda las diversas formas de violencia digital ejercida hacia las mujeres en la CDMX, la opacidad en el actuar de las autoridades y los efectos en la salud de las personas violentadas.

Aporta elementos sustanciales como mencionar que es “falso pensar el mundo físico y el digital como algo separado, pues lo que pasa en uno afecta al otro y viceversa”, y que “la violencia digital no es un fenómeno nuevo, es violencia histórica en nuevas plataformas, que se actualizó y está en otro formato, en las plataformas digitales” (p. 23).

A raíz de esto, es posible mencionar que las aproximaciones respecto a violencia de género en la red, enfatizan la no división de espacios digitales y presenciales, la dimensión histórica y cultural de la violencia, la necesidad de divulgar el aspecto jurídico existente al respecto, la presencia de este tipo de agresiones en el ámbito escolar y las posibilidades de denuncia y acceso a la justicia que posibilitan las redes sociodigitales.

6.3. Violencia escolar en línea: cyberbullying y sus efectos en el estudiantado

Los estudios respecto a la violencia escolar y su presencia en medios sociodigitales parten de dos visiones, la primera busca evidenciar violencia presencial en la escuela y su difusión en Internet con fines diversos, tal es el caso del ya mencionado tiroteo en una secundaria de Monterrey que muestra de forma explícita lo sucedido y la reacción mediática de la sociedad o el caso de profesores denunciados por sus alumnas ante conductas misóginas y acoso, que busca denunciar y alcanzar justicia mencionado en el apartado anterior.

A estos dos casos, se suma el caso evidenciado en el artículo “Cyberbullying: acoso utilizando medios electrónicos” (Aquino, 2014), que aborda el cyberbullying generado a partir del caso de una niña de origen mixteco que fue víctima de bullying por sus rasgos físicos indígenas y su manera de hablar, agresión física que fue grabada y compartida en YouTube.

La segunda visión aborda lo acontecido propiamente en las redes sociodigitales del estudiantado, las prácticas propias de estos escenarios y el uso que hacen de ellas para agredirse como compañeros de escuela, es decir, el cyberbullying.

Textos como “Voces de la Ciberviolencia” (Velázquez y Reyes, 2020), “Violencia virtual y acoso escolar entre estudiantes universitarios: el lado oscuro de las redes sociales” (Prieto, Carrillo y Lucio, 2015) y “Las redes sociales como campo de batalla, el cyberbullying en estudiantes de nivel medio superior” (Lucio y Gómez, 2018), dan cuenta de ello, muestran el tipo de agresiones generadas (ciberacoso, hackeo, ghosting, sextorsión, etc.) y las consecuencias en la salud de las personas usuarias.

Respecto a este último punto, los estudios analizados dan parte de las distintas formas en las que afecta la violencia sociodigital a las personas usuarias, desde daños a la integridad física, a la integridad psicoemocional y a la esfera social, profesional y económica. Además de sentimientos de indignación por no poder hacer nada, impotencia ante un agresor invisible, estrés, cólera, sensación de haber sufrido violencia física, depresión, culpa por tener información censurable y paranoia entre otras.

El caso extremo es la ideación suicida, estudiada por Camacho (2016), en el artículo “Rasgos de conductas suicidas en jóvenes adolescentes: una visión de sus interacciones familiares, escolares y virtuales que ponen en riesgo su integridad”, en donde abordan el abandono de la juventud en las redes sociodigitales, con falta de guía y supervisión, así como la transformación

que surge en sus hábitos por períodos prolongados de uso sin dicha supervisión y por la presión de sus pares para que participen de forma activa para no ser excluidos, dando pie a depresión, baja autoestima, aislamiento, falta de comunicación con sus familiares y deseos de no querer vivir en los casos más extremos.

En cuanto a la reconfiguración de hábitos como efecto de la prolongada exposición a contenidos y a la imperante necesidad de participar en lo digital, el texto “Nativos e inmigrantes digitales, riesgo de la conceptualización simplista” (George y Veytia, 2017), nos menciona las dificultades que se experimentan al migrar a este tipo de espacios, los estereotipos que se construyen socialmente y los estigmas a los que nos enfrentamos debido a la necesidad social de clasificarnos y de mirarnos de forma sesgada, apropiándonos de manera forzada de clasificaciones que no contemplan la multidimensionalidad de nuestras interacciones, personalidades y ambientes de desarrollo.

6.4. Metodologías empleadas: preguntas, objetivos y métodos

Las preguntas de investigación buscan indagar respecto a la posibilidad de crear espacios emergentes en las redes sociodigitales donde se pueda generar resistencia, denuncia y búsqueda de justicia ante situaciones violentas vividas en el ámbito de lo presencial (dentro y fuera de la escuela), así como los significados que las interacciones en línea construyen en este sentido. También se preguntan respecto a los tipos de violencia que se viven en espacios digitales por parte del estudiantado, así como la forma en qué dan cuenta de ellos las personas afectadas.

Hay textos que no formulan preguntas de manera explícita, pero en sus objetivos se puede reconocer el punto de partida y el interés de este grupo de investigadores, que va acorde a las tres grandes categorías construidas para clasificar las aproximaciones académicas revisadas; violencia sociocultural, violencia de género y violencia escolar en línea.

Respecto a la violencia sociocultural, podemos observar el interés por conocer las prácticas que en este tipo de escenarios las personas usuarias utilizan, como construyen vínculos y la influencia de la violencia social en el ámbito escolar. En cuanto a la violencia de género, podemos identificar el interés en categorizar los tipos de violencia a los que están expuestas las mujeres universitarias en escenarios digitales, la normalización de las mismas y los daños que generan debido a las prácticas propias de estos espacios.

Por último, en el estudio de la violencia escolar, se observa la aproximación más tradicional de este tipo de estudios, es decir, aquella que indaga una práctica muy estudiada en la presencialidad, “el bullying”, y su símil en los entornos sociodigitales, “el cyberbullying”. Aquí encontramos nuevamente el interés por categorizar las prácticas desarrolladas, situarlas en plataformas sociodigitales y conocer sus efectos en la vida personal del estudiantado.

En lo referente a la metodología empleada, es posible identificar cuatro tipos de aproximaciones: cuantitativa, cualitativa, “etnografía digital” y revisión teórica. Respecto a esta última, existe una revisión de antecedentes, perspectivas, aproximaciones, protocolos y legislación, y se vinculan con las particularidades emergentes de las interacciones digitales para construir postulados que ayuden a comprender de mejor manera lo experimentado en dichos espacios, con la finalidad de evidenciar la necesidad de reconocer un lenguaje propio, evitando trasladar lo presencial a lo digital como si se tratase del mismo espacio.

El enfoque cuantitativo buscó lo observable y medible gracias a instrumentos de escala tipo Likert, indagando respecto al maltrato en el ámbito presencial (lugares en donde se cometen los maltratos, identificación de agresores y maneras de afrontarlo), y en lo digital (hábitos de conectividad, comunicación parental, victimización del alumnado en la red, acoso cibernético y efectos causados cuando se es víctima).

Las aproximaciones cualitativas parten de entrevistas, narraciones, testimonios, transcripciones, estudios de caso, autoinforme y observaciones por escrito en trabajo de campo. En algunos casos, se vinculan con la “etnografía digital” sin que esto sea la regla, en este sentido, quienes lo vinculan realizaron una serie de indagaciones respecto a material público y privado disponible en la red, tales como análisis de contenidos y revisión de sitios en Internet (periodísticos y redes sociodigitales), análisis de registros digitales provenientes de cuentas de perfiles públicos de Facebook, reconstrucción de hechos violentos denunciados en Twitter y análisis de la respuesta mediática en redes a partir de contenido explícito de violencia escolar en YouTube.

7. Conclusiones

Indagar la violencia en jóvenes en el ámbito escolar implica reconocer un proceso de cambio en las investigaciones aquí analizadas, las cuales se han ido adecuando al cambio tecnológico, a su uso en el ámbito educativo y a los procesos de socialización que ahí se dan y se replican en las

relaciones escolares.

De esta manera, lo primero que hay que dejar claro, es que lo que ocurre en los entornos sociodigitales es real, pues afecta a las y los jóvenes psicológica y socialmente, no solo mientras habitan estos espacios, sino cuando se desconectan y se relacionan en la presencialidad. Esto es importante de tener en mente al proponer una investigación en este sentido, pues todavía hay investigaciones que tratan la violencia digital como algo que no se intersecta con lo que ocurre en las escuelas, en las aulas, los pasillos, patios, baños, al entrar y al salir de la escuela, es decir, en todo lugar en donde las y los jóvenes se relacionan con sus pares.

Entonces, es fundamental proponer acercamientos que visibilicen esta relación, siendo necesario hacer explícito en donde ocurre la violencia y que formas toma, pero vinculando sus efectos más allá de la red y viceversa, pues la violencia dentro de las instalaciones de la escuela también puede detonar casos de cyberacoso, al igual que un caso de sexting puede provocar bullying en la escuela.

Otro elemento a considerar es la posibilidad de denuncia en este sentido, algunos estudios muestran cómo acciones digitales toman forma de resistencia ante la violencia y se materializan en movilizaciones digitales y presenciales. Esto debido a la posibilidad de generar material audiovisual que de soporte a las denuncias de violencia escolar, propiciando que ya no se quede al interior de las aulas en la memoria de víctimas, victimarios y testigos presenciales, hoy es posible construir relatos audiovisuales que visibilicen en intensidad y frecuencia la violencia escolar, ejemplo de esto son las grabaciones de violencia en las clases en línea con motivo de la pandemia.

Esto tiene gran potencia como acción política que permita ejercer presión sobre autoridades escolares para demandar su acción, entonces, será pertinente proponer investigaciones que den cuenta de ello, de cómo se articulan estos movimientos, sus objetivos y aquellas acciones concretas de violencia que les dan sentido, y que les obligan a denunciar en lugar de callar, someterse y permitir estos ejercicios de dominación presentes en la escuela.

Por último, en la narrativa de algunas de las investigaciones aquí analizadas, existe una asociación entre la violencia contextual y la violencia escolar en entornos sociodigitales, las cuales reconocen la influencia de contextos de violencia en acciones concretas llevadas a cabo por jóvenes con la finalidad de ejercer violencia en el ámbito escolar, tal es el caso de balaceras en los centros escolares.

Esto es importante de ser señalado, pues la violencia se aprende, no es innata ni hereditaria, pero puede dejar de causar asombro, dada su frecuencia puede volverse parte de lo cotidiano, basta con ver los noticieros en México para darse cuenta de ello, inundados de notas rojas, de violencia explícita y de una escalada en la intensidad de las acciones realizadas por crimen organizado, el Estado y la misma ciudadanía.

Por tal motivo, considero pertinente indagar cómo se normaliza la violencia en los entornos sociodigitales en donde socializan las y los jóvenes, cómo se establecen prácticas violentas en espacios micropolíticos como la escuela y en espacios micropolíticos digitales como los grupos de WhatsApp. Esto, con la intención de reconocer discursos que se articulan con contextos de violencia que dan como resultado, prácticas específicas digitales que promueven, reproducen y generan nuevos tipos de violencias.

Indagar la configuración de este tipo de prácticas y las resistencias digitales que las y los jóvenes generen en lo individual y colectivo es un campo de investigación que puede ser explorado a partir del uso masivo de las redes sociodigitales, siendo una arena de conflictos en donde la violencia presiona para volverse cotidiana y constructora de realidades, generando la idea de que las cosas siempre han sido así y así deben seguir, es decir, normalizando la violencia tal y como está ocurriendo en la presencialidad.

Al final de esta revisión, debo mencionar que será importante revisar la producción académica derivada de la pandemia y del desconfinamiento, pues esta experiencia de estar encerrados y comunicándonos exclusivamente por las redes sociodigitales está pasando, será pertinente investigar que formas ha tomado la violencia, que tipo de contenido violento es accesible a las y los jóvenes, así como sus acciones de resistencia al respecto.

Bibliografía

Aguirre Patricia del Carmes y Casco Javier (2018). “El sexting, entre la desarticulación de lo público y lo privado de la red. En: Háblame de TIC”, pp. 79-94, en: Dorantes Jeysira Jaqueline (coord.). *El cyberbullying y otros tipos de violencia tecnológica en Instituciones Educativas*, Volumen 7. 1^o Edición 2018. Argentina: Social TIC Asociación Civil. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1gh_AbiBx_CGVtRH4qeLOI11bNLCPdk-k/view (8 de septiembre de 2022).

- Aquino Rubén (2014). “Cyberbullying: acoso utilizando medios electrónicos”. *Revista digital universitaria*, 1 de enero de 2014, vol. 15, núm. 1, pp. 2-8. Disponible en: <http://www.revista.unam.mx/vol.15/num1/art04/art04.pdf> (10 de septiembre de 2022).
- Arroyabe Margarita María (2018). “Entornos digitales como espacios de participación para personas excluidas del sistema escolar”. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, vol. 14, núm. 2, pp. 179-202. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/1341/134157078009/html/>
- Barbosa Winston, Barbosa Juan Carlos y Rodríguez Margarita (2013). “Revisión y análisis documental para estado del arte: una propuesta metodológica desde el contexto de la sistematización de experiencias educativas”. *Investigación bibliotecológica [online]*, vol.27, n.61, pp. 83-105. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/ib/v27n61/v27n61a5.pdf>
- Barreto Magali (2017). “Redes sociales digitales y escalas de justicia de género en universidades”. *Revista de temas contemporáneos sobre lugares, política y cultura*, vol. 7, núm. 1, enero-junio, 2017, pp. 172-202. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cuajimalpa Distrito Federal, México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4195/419551034008.pdf> (12 de septiembre de 2022).
- Bullying sin Fronteras (2022). “México. 100.000 niños y jóvenes viven con miedo por el bullying y el cyberbullyng”. *Bullying sin Fronteras*. Disponible en: <https://bulliyingsinfronteras.blogspot.com/2022/10/mexico-100000-ninos-y-jovenes-viven-con.html> (22 de octubre de 2022)
- Camacho Eunice (2016). “Rasgos de conductas suicidas en jóvenes adolescentes: una visión de sus interacciones familiares, escolares y virtuales que ponen en riesgo su integridad”. *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, vol. 5, núm. 10, julio-diciembre, 2016, pp. 1-25. Centro de Estudios e Investigaciones para el Desarrollo Docente A.C. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/5039/503954317019.pdf> (10 de septiembre de 2022).
- Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México (2021). “Violencia digital contra las mujeres en la Ciudad de México”. *Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México, primera edición*. Ciudad de México, México. Disponible en:

<https://cdhcm.org.mx/wp-content/uploads/2021/03/InformeViolenciaDigital.pdf>

Esquivel Fernando (2018). “Violencia digital y escolar en México”, pp. 89-102, en: González Sara (coord.). *La violencia en la realidad digital. Presencia y difusión en las redes sociales y dispositivos móviles*. México: Ediciones Egregius, 1ª Edición. Disponible en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/88127/978-84-17270-62-9.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (5 de septiembre de 2021).

Galtung Johan (1998). *Tras la violencia, 3R: reconstrucción, reconciliación, resolución. Afrontando los efectos visibles e invisibles de la guerra y la violencia*. España: Bilbao Editores. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=214864> (01 de septiembre de 2021).

George Carlos Enrique y Veytia María Guadalupe (2017). “Nativos e inmigrantes digitales, riesgo de la conceptualización simplista”, pp. 235-256, en: Chávez Blanca Estela, González Reyes y Lay Israel Tonatiuh (coord.). *Desafíos de la cultura digital para la educación. Primera edición*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual. Disponible en: <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1836/1/Desaf%C3%ADos%20de%20la%20cultura%20digital%20para%20la%20educaci%C3%B3n.pdf> (10 de septiembre de 2022).

Giménez Ana, Arnaiz Pilar, Cerezo Fuensanta y Prodócimo Elaine (2018). “Percepción de docentes y estudiantes sobre el ciberacoso. Estrategias de intervención en Primaria y Secundaria”. *Comunicar*, n° 56, v. XXVI, 2018. Disponible en: <https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar56.pdf>

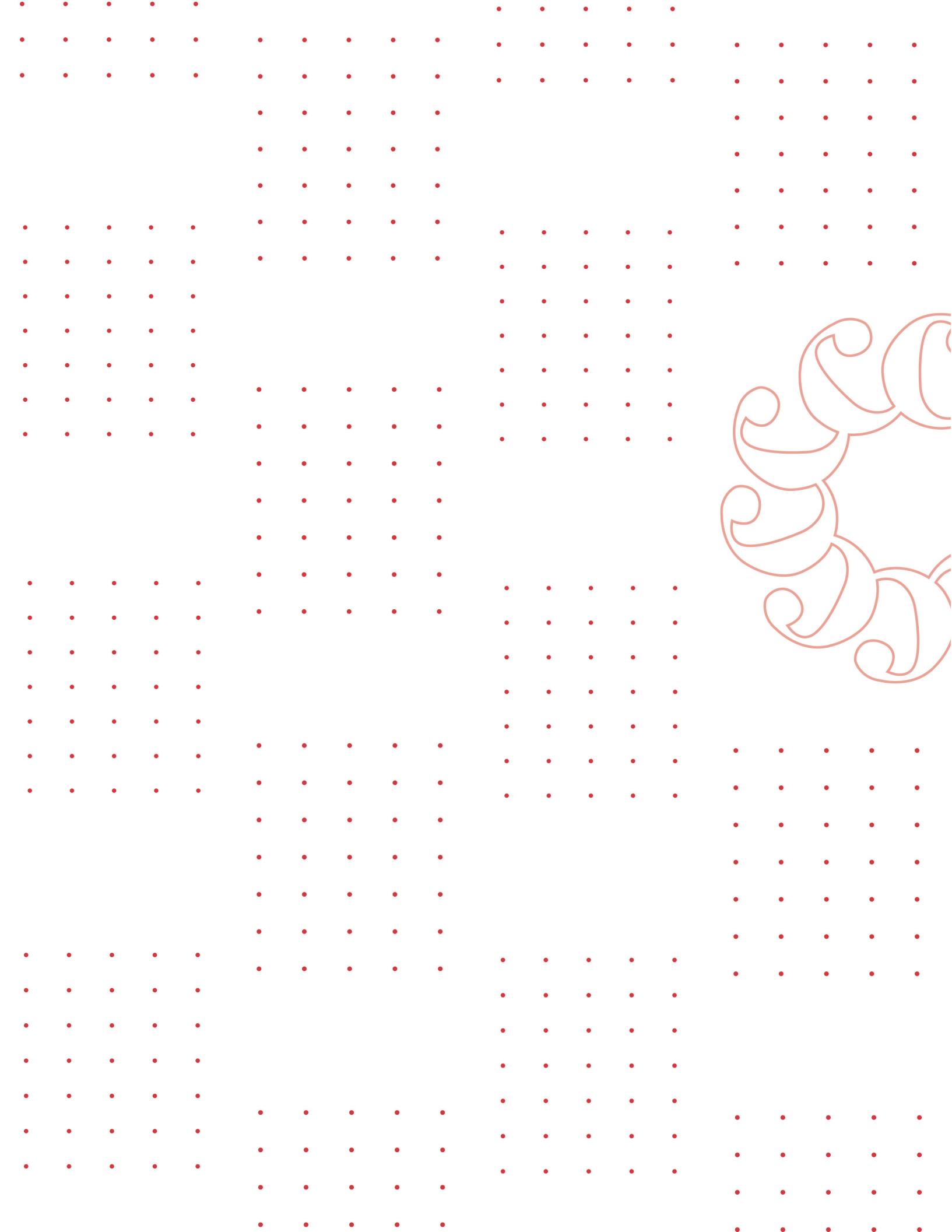
González Roberto, Rivera Lucía y Guerra Marcelino (2020). *La parte de la sombra. Ejercicios de problematización*. Ediciones Navarra. México, Ciudad de México.

Hernández Rogelio, Morales María de Lourdes, Morales Tania y Fuentes Gabriela (2019). “Atención al cyberbullying en la universidad pública desde el ámbito jurídico. El caso de la Universidad Autónoma del Estado de México”. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, vol. XIII, núm. 26, pp. 140-164. Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/2110/211059782015/html/> (12 de septiembre de 2021).

- Hiperderecho (2019). Violencia digital y violencia digital de género. *Hiperderecho*. Disponible en: <https://hiperderecho.org/2019/10/violencia-digital-y-violencia-digital-de-genero/> (22 de octubre de 2022).
- INEGI (2021). “Módulo sobre ciberacoso 2020”. Comunicado de prensa núm. 371/215 de julio de 2021. *INEGI*. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/MOCIB-A-2020.pdf> (22 de octubre de 2022).
- Londoño Olga Lucía, Maldonado Luis Facundo y Calderón Liccy Catalina (2016). Guía para Construir Estados del Arte. Bogotá, Colombia: International Corporation of Network of Knowledge, ICONK.
- Lucio Luis Antonio y Gómez Fernando Javier (2018). “Las redes sociales como campo de batalla, el cyberbullying en estudiantes de nivel medio superior”, pp. 81-104, en Alfredo Sánchez (coord.). *Acoso Escolar y Cyberbullying. Retos, Prevención y Sensibilización*. Ciudad de México, México. Colección los Derechos Universitarios en el Siglo XXI. Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/12/5611/10.pdf>
- Lucio Luis Antonio y Gómez Fernando Javier (2018). “Las redes sociales como campo de batalla, el cyberbullying en estudiantes de nivel medio superior”, pp. 81-104, en: *Acoso Escolar y Cyberbullying. Retos, Prevención y Sensibilización*. México: Colección los derechos universitarios en el siglo XXI. Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/12/5611/10.pdf> (10 de septiembre de 2022).
- Marini Verónica, Jácome Nancy y López Rocío (2016). “Uso de redes sociales digitales entre estudiantado universitario: Comunicación, socialización y colaboración”. *Revista Ensayos Pedagógicos*, Edición Especial 2016, pp. 131-149. Disponible en: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ensayospedagogicos/article/download/9344/11084?inline=1>
- Morales José Luis Eloy (2022). “¿Qué es la violencia digital?”. *Universidad Autónoma de Aguascalientes*. Disponible en: https://www.uaa.mx/portal/gaceta_uaa/que-es-la-violencia-digital/ (22 de octubre de 2022).
- OPS (2019). “Prevención de la violencia”. *Organización Panamericana de la Salud*. Disponible

- en: <https://www.paho.org/es/temas/prevencion-violencia#:~:text=La%20violencia%20es%20el%20%E2%80%9Cuso,muerte%2C%20privaci%C3%B3n%20o%20mal%20desarrollo>. (22 de octubre de 2022).
- Prieto María Teresa, Carrillo José Claudio y Lucio Luis Antonio (2015). “Violencia virtual y acoso escolar entre estudiantes universitarios: el lado oscuro de las redes sociales”. *Innovación Educativa*, vol. 15, núm. 68, mayo-agosto, 2015, pp. 19-35. Instituto Politécnico Nacional Distrito Federal, México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179442126004> (10 de septiembre de 2021).
- Ramírez José Alberto (2018). “Videojuegos en el contexto de violencia social en México: prácticas sociales, usos y apropiaciones de jóvenes jugadores mexicanos en Grand Theft Auto V”. *Tesis para optar por el grado de doctor en Ciencias Políticas y Sociales, UNAM*. Disponible en: <http://132.248.9.195/ptd2018/febrero/0771143/0771143.pdf> (5 de septiembre de 2021).
- Save the children (2019). “Violencia Viral, análisis de la violencia contra la infancia y la adolescencia en el entorno digital”. *Save the children*. Disponible en: <https://www.savethechildren.es/publicaciones/informe-violencia-viral-y-online-contra-la-infancia-y-la-adolescencia> (22 de octubre de 2022).
- Serrano Carolina, Santos Aristeo y Morales Tania. (2012). “Violencia virtual de género en estudiantes universitarios”. *Dignitas*, Año V, No. 19, Mayo-Agosto 2012, pp. 12-34. Comisión de Derechos Humanos del Estado de México. Disponible en: <https://www.codhem.org.mx/LocalUser/codhem.org/difus/dignitas/dignitas19.pdf> (07 de septiembre de 2022).
- Serrano Rocío del Carmen y Ruiz Emilio (2013). Violencia simbólica en Internet. *Ra Ximhai*, vol. 9, núm. 3, pp. 121-139. Universidad Autónoma Indígena de México El Fuerte, México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/461/46128387007.pdf> (05 de septiembre de 2021).
- UNICEF (2021). Mantener seguros a niñas, niños y adolescentes en internet. Durante la pandemia, pasan más tiempo conectados. *UNICEF para cada infancia*. Disponible en: <https://www.unicef.org/mexico/mantener-seguros-ni%C3%B1as-ni%C3%B1os-y-adolescentes-en-internet>

- UNICEF (2022). Ciberacoso: Qué es y cómo detenerlo. Lo que los adolescentes quieren saber acerca del ciberacoso. *UNICEF para cada infancia*. Disponible en: <https://www.unicef.org/es/end-violence/ciberacoso-que-es-y-como-detenerlo#:~:text=Ciberacoso%20es%20acoso%20o%20intimidaci%C3%B3n,juegos%20y%20los%20tel%C3%A9fonos%20m%C3%B3viles> (21 de octubre de 2022).
- Velázquez Luz María y Reyes Gabriel Renato (2020). “Voces de la Ciberviolencia”. *Voces de la Educación*, vol. 5, año 9, pp. 63-75. Disponible en: <https://revista.vocesdelaeducacion.com.mx/index.php/voces/article/view/204/194> (10 de septiembre de 2022).
- Zires Margarita (2014). “Violencia, redes sociales y procesos de subjetivación política. El caso de #verfollow en Veracruz, México”. *Argumentos*, vol. 27, núm. 75, mayo-agosto, 2014, pp. 119-144. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, Distrito Federal, México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/595/59533233006.pdf> (5 de septiembre de 2021).





Consejo Mexicano de Ciencias Sociales, A.C.
Sede: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en
Ciencias y Humanidades, UNAM
Torre II de Humanidades 6° piso
CU, CDMX, México
Tel. (55) 5623-0442

Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM
Circuito Mario de la Cueva, Ciudad Universitaria,
CDMX, México C.P. 04510

