

# Comunicación e Incidencia Social

Lizy Navarro Zamora  
Silvia Domínguez Gutiérrez  
Aimée Vega Montiel  
Josefina Hernández Téllez  
Eduardo Andión Gamboa  
Francisco Hernández Lomelí  
Inés Cornejo Portugal  
Janet García González  
Luis Alfonso Guadarrama Rico

Maricela Portillo Sánchez  
Lenin Martell  
Miguel Sánchez Maldonado  
Patricia Ortega Ramírez  
Raúl Fuentes Navarro  
Rebeca Domínguez Cortina  
Tonatiuh Lay Arellano  
Vicente Castellanos Cerda  
Victoria Isabela Corduneanu

Coordinadores

Silvia Domínguez Gutiérrez  
Prólogo



# Comunicación e incidencia social

Lizy Navarro Zamora  
Silvia Domínguez Gutiérrez  
Aimée Vega Montiel  
Josefina Hernández Téllez  
Eduardo Andión Gamboa  
Francisco Hernández Lomelí  
Inés Cornejo Portugal  
Janet García González  
Luis Alfonso Guadarrama Rico  
Maricela Portillo Sánchez  
Lenin Martell  
Miguel Sánchez Maldonado  
Patricia Ortega Ramírez  
Raúl Fuentes Navarro  
Rebeca Domínguez Cortina  
Tonatiuh Lay Arellano  
Vicente Castellanos Cerda  
Victoria Isabela Corduneanu  
Coordinadores

Silvia Dominguez Gutiérrez  
Prólogo

**RIA**  
Editorial

## **Ria Editorial – Comité Editorial**

Abel Suing (UTPL, Equador)  
Alfredo Caminos (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina)  
Andrea Versuti (UnB, Brasil)  
Anton Szomol nyi (Pan-European University, Eslováquia)  
Carlos Arcila (Universidad de Salamanca, Espanha)  
Denis Porto Ren  (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)  
Diana Rivera (UTPL, Equador)  
Fatima Martínez (Universidad do Rosário, Col mbia)  
Fernando Gutierrez (ITESM, México)  
Fernando Irigaray (Universidad Nacional de Rosario, Argentina)  
Gerson Martins (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, Brasil)  
Hernán Yaguana (UTPL, Equador)  
Jerónimo Rivera (Universidad La Sabana, Colombia)  
Jesús Flores (Universidad Complutense de Madrid, Espanha)  
João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
John Pavlik (Rutgers University, Estados Unidos)  
Joseph Straubhaar (Universidade do Texas - Austin, Estados Unidos)  
Juliana Colussi (Universidad Rey Juan Carlos, Espanha)  
Koldo Meso (Universidad del País Vasco, Espanha)  
Lionel Brossi (Universidad de Chile, Chile)  
Lorenzo Vilches (Universitat Aut noma de Barcelona, Espanha)  
Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Marcos Pereira dos Santos (Univ. Tec. Federal do Paraná - UTFPR e  
Fac. Rachel de Queiroz (FAQ), Brasil)  
Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)  
Maria Eugenia Porém (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)  
Mauro Ventura (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)  
Octavio Islas (ITESM, México)  
Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)  
Osvando José de Moraes (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)  
Paul Levinson (Fordham University, Estados Unidos)  
Pedro Nunes (Universidade Federal da Paraíba - UFPB, Brasil)  
Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil)  
Ricardo Alexino Ferreira (Universidade de São Paulo - USP, Brasil)  
Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, Brasil)  
Thom Gencarelli (Manhattan College, Estados Unidos)  
Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)

## Comité Evaluador

Alejandra Rodríguez Estrada

Alejandro Cárdenas López

Antony Flores Mérida

Arnoldo González Macías

Carlos Muñiz Muriel

Edith Cortés Romero

Griselda Guillen Ojeda

Ileana Cruz Sánchez

Janet García González

José Manuel Melchor Moreno

Lenin Martell

Leticia Castillo Quiñonez

Lisset Oliveros Rodríguez

Lizy Navarro Zamora

Luis Guadarrama Rico

Marco Antonio Millán Campuzano

María Teresa Arroyo Gopar

María Gabino Campos

Miguel Sánchez Maldonado

Miriam Herrera Aguilar

Rosa Arroyo Álvarez

Raúl Roydeen García Aguilar

Rodrigo Gómez García

Rubén Arnoldo González Macías

Samuel Martínez López

Silvia Domínguez Gutiérrez

Tonatiuh Lay Arellano

Vicente Castellanos Cerda

## FICHA TÉCNICA

Copyright 2024 ©Autoras e autores. Todos os direitos reservados

Foto de capa: ©[santima.studio](https://www.santima.studio) - stock.adobe.com (arquivo nº 409805137)

Design da capa: ©*Denis Renó*

Diagramação: *Luciana Renó*

ISBN 978-989-9220-05-8

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13908900>

Título: Comunicación e incidencia social

Coordenadores: Lizy Navarro Zamora, Silvia Domínguez Gutiérrez, Aimée Vega Montiel, Josefina Hernández Téllez, Eduardo Andiön Gamboa, Francisco Hernández Lomelí, Inés Cornejo Portugal, Janet García González, Luis Alfonso Guadarrama Rico, Maricela Portillo Sánchez, Lenin Martell, Miguel Sánchez Maldonado, Patricia Ortega Ramírez, Raúl Fuentes Navarro, Rebeca Domínguez Cortina, Tonatiuh Lay Arellano, Vicente Castellanos Cerda, Victoria Isabela Corduneanu

Prefácio: Silvia Domínguez Gutiérrez

1.ª edição, 2024.



Esta obra tem licença Creative Commons **Attribution-NonCommercial-NoDerivatives**. Você tem o direito de compartilhar, copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato sempre que seja feito o reconhecimento de seus autores, não utilizá-la para fins comerciais e não modificar a obra de nenhuma forma.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

©Ria Editorial

**RIA**  
Editorial

riaeditora@gmail.com  
<http://www.riaeditorial.com>

## **Autoras y Autores**

Ana Cristina Gómez Vallarta  
Ana María Vázquez Espinoza  
    Ana Sofía Vega Pérez  
    Claudia Pérez Flores  
Elsa Edith Villar Rodríguez  
    Griselda Guillén Ojeda  
Hilda Gabriela Hernández Flores  
    Iván Abadía  
    Janet García González  
    José Luis Flores Torres  
Karla Belem Negrete Huelga  
    Lorena Treviño Peláez  
Luis Alfonso Guadarrama Rico  
Luis Daniel Velázquez Bañales  
    María Delia Téllez-Castilla  
María Eugenia Reyes-Pedraza  
    Marina Vázquez Guerrero  
    Mario Vázquez Soriano  
    Marytere González Pavón  
Nina Alejandra Martínez Arellano  
    Paola Eunice Rivera Salas  
    Raúl Anthony Olmedo Neri  
    Ricardo R. Gómez Vilchis  
    Rossana Bouza Fajardo  
    Sergio García Sánchez  
Stephanie Scarlen Morón Terrazas  
Tania Maratalina Roque Medel

# ÍNDICE

Prólogo.....	10
<i>Silvia Domínguez Gutiérrez</i>	
Introducción.....	15
La radio como instrumento de paz en el contexto latinoamericano: un estado del arte.....	22
<i>Marina Vázquez Guerrero</i>	
Feminismos digitales. Redes de solidaridad comunitaria en tiempos de COVID-19. Estudio del caso Abogadas con Glitter.....	41
<i>Sergio García Sánchez</i>	
Estudio comparativo entre migrantes venezolanos establecidos e indocumentados y su relación con las redes sociodigitales en México.....	67
<i>Claudia Pérez Flores</i> <i>José Luis Flores Torres</i>	
Impacto de la comunicación en salud en la implementación de un programa de cultura vial para la reducción de accidentes viales en Nuevo León, México. 84	
<i>Janet García González</i> <i>María Eugenia Reyes-Pedraza</i> <i>María Delia Téllez-Castilla</i>	
Complicidad e intimidad: la experiencia tecnológica-digital de jóvenes LGBTIQ+ en México.....	101
<i>Raúl Anthony Olmedo Neri</i>	

Fecundidad en Niñas-madres de 10 a 14 en México: ocultamiento de los cogestantes.....	120
<i>Luis Alfonso Guadarrama Rico</i>	
Comunicación Responsable en situaciones de crisis. Estudio de Caso: Ticketmaster México y los conciertos de Bad Bunny.....	144
<i>Hilda Gabriela Hernández Flores</i>	
<i>Marytere González Pavón</i>	
<i>Paola Eunice Rivera Salas</i>	
Celebridades en TikTok: estrategias empresariales y economía de la atención.....	163
<i>Lorena Treviño Peláez</i>	
Rupturas estéticas y éticas en el activismo cubano: el caso del #00BienaldeLaHabana y #NoALaBienalDeLaHabana .....	178
<i>Rossana Bouza Fajardo</i>	
El body positive y la gordofobia: narrativas y discursos violentos y normalizados .....	204
<i>Elsa Edith Villar Rodríguez</i>	
Colectivos de mujeres como alternativa para potencializar la economía y comunicación.....	227
<i>Griselda Guillén Ojeda</i>	
<i>Nina Alejandra Martínez Arellano</i>	
<i>Ana María Vázquez Espinoza</i>	
Señales de Información y Problemas de Causalidad Inversa entre la Percepción sobre la Corrupción y la Aprobación Presidencial.....	241
<i>Ricardo R. Gómez Vilchis</i>	



Narrativas que hacen hashtags como formas de contestación de las movilizaciones tecnopolíticas feministas en México.....	261
<i>Stephanie Scarlen Morón Terrazas</i>	
La representación de mujeres afromexicanas en la TV mexicana: la construcción de su identidad racializada como expresión de violencia mediática.....	288
<i>Tania Maratalina Roque Medel</i>	
“No soy yo, me hackearon”: percepción de la seguridad digital en jóvenes desde la experiencia de la amenaza.....	309
<i>Luis Daniel Velázquez Bañales</i>	
Percepción juvenil sobre violencia de género y machismo ante la lírica musical de Dani Flow.....	332
<i>Ana Sofía Vega Pérez</i>	
<i>Ana Cristina Gómez Vallarta</i>	
Innovación pública digital y participación ciudadana en el proyecto estatal <i>Querétaro Digital</i> .....	356
<i>Karla Belem Negrete Huelga</i>	
<i>Mario Vázquez Soriano</i>	
Discursos y prácticas de la masculinidad hegemónica en espacios alternativos sociodigitales para el acercamiento sexoafectivo homeroótico. El caso de X de Clo_Cruising.....	376
<i>Iván Abadía</i>	

## PRÓLOGO

*Silvia Domínguez Gutiérrez*

Profesora Investigadora de Tiempo Completo  
Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras  
Reconocimiento de Prodep SEP  
Departamento de Estudios de la Comunicación Social  
Universidad de Guadalajara, México  
[silvia.dgutierrez@academicos.udg.mx](mailto:silvia.dgutierrez@academicos.udg.mx)

La comunicación, como eje central de este libro formado por 18 trabajos de investigación, implica bajo los imperativos sociales actuales, la necesidad de susten- tos empíricos que conducen a hacer análisis críticos en sus diferentes abordajes y las derivadas propuestas de acción en que la comunicación -en sus diversas modalidades de ejercicio-, juega un papel crucial en la visibilidad de las personas en su diario acontecer, incitando a adentrarnos en sus narrativas y comprenderlas dentro de un contexto de lo particular a lo global y viceversa.

El hilo conductor de este libro es la comunicación y sus diversas formas de acercarse a esta. En el presente se muestran los trabajos de investigación que, amablemente, los autores han puesto al público más exigente, así como al que se está iniciando en el campo tan vasto de la comunicación. Enseguida se hace una muy breve descripción de los capítulos, con la intención de que el lector se adentre en estos interesantes estudios y participe de la importancia que tiene la comunicación y su incidencia en lo social.

De esta manera, en un primer capítulo Marina Vázquez Guerrero presenta una revisión sistemática de 20 artículos de corte académico con el propósito de enfatizar que la radiodifusión es una herramienta para promover la cultura de la paz, particularmente en zonas de conflicto partiendo de lo acontecido en Colombia. La autora, con su trabajo titulado “*La radio como instrumento de paz en el contexto latinoamericano: un estado del arte*”, parte de qué tipo de experiencias latinoamericanas en

el ámbito radiofónico se han instrumentado sobre la promoción de la cultura de paz, con el propósito de abrir la reflexión y promover la implementación sonora de esta cultura en diversas regiones.

Bajo el título “*Feminismos digitales. Redes de solidaridad comunitaria en tiempos de COVID-19. Estudio del caso Abogadas con Glitter*”, Sergio García Sánchez en un segundo capítulo aborda el colectivo feminista Abogadas con Glitter, con el propósito de evidenciar las diferentes vulnerabilidades -económicas, físicas, legales y de violencia- que vivieron algunas mujeres en la reciente pandemia, que golpeó a todos los sectores y niveles tanto a nivel micro como macro, con mayor visibilidad en ese arduo tiempo, pero existentes desde tiempo atrás.

Claudia Pérez Flores y José Luis Flores Torres incursionan en el trabajo “*Estudio comparativo entre migrantes venezolanos establecidos e indocumentados y su relación con las redes sociodigitales en México*”, dadas las diversas olas migratorias de venezolanos hacia la República Mexicana y el uso que le dan a la red social virtual Facebook. Cabe notar que los autores hacen una comparación entre los migrantes regulares (establecidos formalmente en México) e irregulares (en tránsito, con establecimiento temporal en los refugios), y las dinámicas grupales a través de Facebook, mismas que son diferentes para cada grupo.

Janet García González, María Eugenia Reyes-Pedraza y María Delia Téllez-Castilla, sostienen que la comunicación en salud es indispensable en la formación de actitudes y comportamientos públicos, en particular hacia la seguridad vial. En su trabajo “*Impacto de la comunicación en salud en la implementación de un programa de cultura vial para la reducción de accidentes viales en Nuevo León, México*” relatan un trabajo de campo realizado con dos grupos, uno intervenido por medio de un programa gubernamental vial, el que tuvo resultados favorables, esto es, actitudes positivas y mayor conocimiento sobre la seguridad vial, de aquellos que no fueron intervenidos.

Bajo el título “*Complicidad e intimidad: la experiencia tecnológica-digital de jóvenes LGBTIQ+ en México*”, Raúl Anthony Olmedo Neri enfatiza que los estudios de los problemas que enfrentan los jóvenes LGBTIQ+ en un contexto heterosexista junto con las formas en que construyen prácticas comunicativas digitales, se diluyen en la investigación en comunicación. Por ello, el autor se avoca a compartir una

investigación con estudiantes de dos universidades con la finalidad de identificar y analizar los usos y significados que adquieren las TIC desde su experiencia juvenil, así como indagar sobre las situaciones que enfrentan por ser jóvenes disidentes a la cisheteronorma.

Luis Alfonso Guadarrama Rico, en la investigación titulada *“Fecundidad en Niñas-madres de 10 a 14 en México: ocultamiento de los cogestantes”* analizó 16 bases de datos con el propósito de trazar el perfil social de las niñas-madres de 10 a 14 años y descubrir que el cogestante, en el 27% de los casos, quedaba encubierto. Se lanza la conjetura de registros institucionales patriarcales en que posibles actos de abuso sexual incestuoso son cometidos por los masculinos ocultos.

*“Comunicación Responsable en situaciones de crisis. Estudio de Caso: Ticketmaster México y los conciertos de Bad Bunny”* es el título de la investigación en que las autoras Hilda Gabriela Hernández Flores, Marytere González Pavón y Paola Eunice Rivera Salas, determinan que no hubo una comunicación responsable por parte de Ticketmaster México, con relación a los conciertos de Bad Bunny en el pasado diciembre de 2022. Una comunicación responsable, acotan las autoras, implica el manejo ético de los afectados, ya que puede calmar los efectos de la crisis y favorecer el impacto de la organización.

Lorena Treviño Peláez, analiza las 50 cuentas de Tik Tok más populares. Su estudio *“Celebridades en TikTok: estrategias empresariales y economía de la atención”* tuvo dos objetivos: estudiar las estrategias de las empresas dueñas de las plataformas y, conocer las puestas en pantalla o tácticas con que los productores de contenidos incursionan para conseguir la atención de los usuarios.

Rossana Bouza Fajardo aborda las *“Rupturas estéticas y éticas en el activismo cubano: el caso del #00BienalDeLaHabana y #NoALaBienalDeLaHabana”* con el propósito de analizar la evolución del activismo cubano reciente mediante en el uso de tecnologías digitales como plataformas alternativas para la acción política. En su estudio, la investigadora da cuenta de que análisis de las imágenes y descripciones de estos *hashtags*, revelan estrategias activistas que desafían la visualidad hegemónica promovida por la revolución cubana.

Con su estudio *“El body positive y la gordofobia: narrativas y discursos violentos y normalizados”*, Elsa Edith Villar Rodríguez explora las narrativas en

diferentes medios de comunicación con relación al movimiento 'body positive' y la gordofobia, con el propósito de comprender cómo el discurso en estos espacios influye en las oportunidades de desarrollo personal de las jóvenes universitarias. A través del 'body positive' la autora constata que se puede contribuir a una imagen corporal saludable, reduciendo la presión por cumplir con estándares de belleza impuestos.

Bajo el título *“Colectivos de mujeres como alternativa para potencializar la economía y comunicación”*, Griselda Guillén Ojeda, Nina Alejandra Martínez Arellano y Ana María Vázquez Espinoza incursionan en indagar la localización, la estructura de los colectivos, la comunicación organizacional y los significados en que las mujeres instalan, administran o participan de estos espacios. Así mismo, estudian la visibilización de la mujer y del valor del trabajo con relación a los discursos dominantes de género y violencia.

Ricardo R. Gómez Vilchis hace una revisión bibliográfica para sacar a la superficie la dirección de la causalidad entre las señales de información sobre la corrupción y las opiniones sobre el trabajo del presidente mexicano, Andrés Manuel López Obrador. Concluye en su investigación titulada *“Señales de Información y Problemas de Causalidad Inversa entre la Percepción sobre la Corrupción y la Aprobación Presidencial”* que es la percepción sobre la corrupción lo que determina la opinión ciudadana sobre el presidente y no viceversa.

Stephanie Scarlen Morón Terrazas en su investigación titulada *“Narrativas que hacen hashtags como formas de contestación de las movilizaciones tecnopolíticas feministas en México”* realizó un estudio en Twitter (antes de convertirse en X), abarcando 30,000 *hashtags* para analizar las narrativas de contestación y las prácticas digitales que crearon las movilizaciones feministas en el marco del Día Internacional de la Mujer entre 2021 y 2023.

*“La representación de mujeres afromexicanas en la TV mexicana: la construcción de su identidad racializada como expresión de violencia mediática”* cuya autora es Tania Maratalina Roque Medel, parte de que se ha evidenciado que en los medios y las industrias culturales se han construido representaciones sexistas y misóginas de las mujeres, en particular en las mujeres afromexicanas, en quienes se ejerce aniquilación simbólica y, además, sufren triple violencia por ser mujeres, negras y, en su gran mayoría, pobres.

Luis Daniel Velázquez Bañales analiza la construcción del sentido de amenaza digital en usuarios de 25 a 35 años en Facebook. El objetivo de su trabajo “*No soy yo, me hackearon’: percepción de la seguridad digital en jóvenes desde la experiencia de la amenaza*” es explorar cómo es que los usuarios experimentan este tipo de amenazas digitales y cómo les afecta en su derecho a comunicar, ya que los ciberataques son una de las grandes preocupaciones en todo el mundo.

Ana Sofía Vega Pérez, en su trabajo titulado “*Percepción juvenil sobre violencia de género y machismo ante la lírica musical de Dani Flow*” analiza dicha percepción en 27 estudiantes (6 hombres y 21 mujeres) de una universidad de Puebla, ya que el cantante de reggaetón ha sido criticado por distintos medios puesto que sus canciones (se analizan 3 de ellas) no solo insultan a las mujeres, sino que mantiene un discurso de agresividad sexual hacia ellas.

Karla Belem Negrete Huelga nos presenta en un penúltimo capítulo “*Innovación pública digital y participación ciudadana en el proyecto estatal Querétaro Digital*” un estudio en el que hace una comparación de los objetivos establecidos en el Programa Estratégico Querétaro Digital con los 66 proyectos que lo componen. Sus resultados apuntan a que la mayoría de las iniciativas están relacionadas con el gobierno electrónico, evidenciando una falta de alineación entre el marco normativo y los proyectos en términos de la participación de la sociedad en su desarrollo.

Finalmente, lo que no significa menos importante, Ivan Abadía en su investigación realiza un análisis semántico de publicaciones de una cuenta de X denominada @Clo\_Cruising, un espacio que publica clasificados anónimos principalmente de hombres que buscan encuentros y acercamientos sexoafectivos homoeróticos. Su trabajo titulado “*Discursos y prácticas de la masculinidad hegemónica en espacios alternativos sociodigitales para el acercamiento sexoafectivo homoerótico. El caso de X de Clo\_Cruising*” tiene como propósito comprender la manera en que aparecen ciertos discursos de privilegio asociados a la masculinidad hegemónica y sus posibles formas de relacionamiento.

Esta variedad de estudios, cuyos aportes al conocimiento son fundamentales, enriquecen el campo de la comunicación, tan importante y necesario en todos los tiempos. Lo que sigue, a continuación, es su lectura y disfrutar de ello.

## INTRODUCCIÓN

En el marco del “Aniversario 45” de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), se publicaron textos científicos que presentan la generación del conocimiento construida por investigadores jóvenes y consolidados. El presente libro se centra en un tema esencial que es la *Comunicación e Incidencia Social*.

En esta presentación, es importante contextualizar la formalidad académica y como Asociación Civil, la AMIC fue constituida el día 24 de abril del año 1979, en una Asamblea realizada en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. En el inicio de esta organización estuvieron, como Presidente, Fátima Fernández Christlieb; Vicepresidente, Javier Esteinou Madrid; Secretario, Alberto Montoya Martín del Campo; Vocales, Mariclaire Acosta y Armando Cassígoli; Secretario de Finanzas, Guillermo Michel; Coordinador Académico, Héctor Schmúcler; Coordinador de Documentación, Rubén Jara; Coordinador de Prensa y Difusión, Guillermo Tenorio. Desde ese año de 1979 se definió la investigación científica como uno de los ejes centrales de la organización.

Fue hasta el año de 1993 cuando se registró formalmente como Asociación Civil, con todo el reconocimiento que ello representa. En México existen otras organizaciones de investigación científica; sin embargo, la AMIC es la que representa la mayor solidez en torno a dicha investigación científica del Campo de la Comunicación, con una presencia en América Latina en organizaciones como la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), así como en otras internacionales.

La investigación científica es parte de la esencia de AMIC, basada en los Estatutos de la Asociación, se establece en el Artículo Cuarto, Punto 1: “Promover todo tipo de actividades relacionadas con la investigación y difusión de la cultura en el área de las denominadas Ciencias de la Comunicación, tanto a nivel nacional, como internacional”. En el punto 6: “Evaluar el desarrollo de la investigación científica en el campo mencionado...”.

Luego en el Artículo Décimo Segundo se menciona a los miembros de la AMIC, quienes debemos cumplir con los siguientes requisitos: desarrollar actividades

de investigación en el Campo de la Comunicación, presentar trabajo de calidad académica que sea el resultado de una investigación en el área de las Ciencias de la Comunicación.

En el Artículo Cuadragésimo Segundo se establece que la Asociación instituye la figura de los Grupos de Investigación, a fin de promover el desarrollo y fomento de la investigación en comunicación de acuerdo con las líneas prioritarias en la agenda nacional, en los problemas sociales, para una generación de conocimiento básica y aplicada.

En este libro que presenta aportaciones científicas de los 20 Grupos de Investigación (GI) y 3 Grupos de Trabajo (GT), ubicamos de manera inter, multi y transdisciplinaria los diferentes resultados de investigación científica en torno a la *Comunicación e Incidencia Social*.

El resumen de las descripciones del trabajo científico de los grupos es el siguiente:

GI01. Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información. Se enfoca en el estudio de los fenómenos comunicativos que tienen lugar a través de la mediación de tecnologías emergentes, coordinado por: Jorge Alberto Hidalgo Toledo y Paola Ricaurte Quijanos.

GI02. Comunicación Política. Discute, analiza, critica, investiga, explora y divulga los procesos, fenómenos y escenarios de la comunicación que tienen lugar en el sistema político y los precedentes de la sociedad, coordinado por: Alejandra Rodríguez Estrada y Carlos Muñiz Muriel.

GI03. Economía Política de la Comunicación. Los medios son elementos clave en la economía global; se analizan los flujos, los mercados, la concentración de la propiedad, entre otros, coordinado por: Rodrigo Gómez García y Jorge Enrique Bravo Torres Coto.

GI04. Estudios de Recepción. Se busca avanzar en el análisis de interacciones de diferentes segmentos de audiencia con el objetivo general de construir conocimiento teórico y metodológico para abordar y entender cuestiones relacionadas a la recepción, coordinado por: David González Hernández y Ernesto Pablo Juárez Meléndez.



GI05. Estudios de Periodismo. Se enfoca en las condiciones, lógicas y dinámicas del trabajo periodístico en las sociedades contemporáneas, coordinado por: Arnoldo Delgadillo Grajeda y Rubén Arnoldo González Macías.

GI06. Comunicación y Educación. El propósito es estudiar la vinculación de dos campos de conocimiento: la comunicación y la educación, coordinado por: Miriam Herrera Aguilar e Iliana Cruz Sánchez.

GI07. Discurso, Semiótica y Lenguaje. El objetivo es acercar el diálogo entre los estudios de comunicación y las ciencias del lenguaje, coordinado por: Carlos Vidales Gonzáles y Raúl Roydeen García Aguilar.

GI08. Comunicación Organizacional. Es el conjunto de conceptualizaciones teóricas y prácticas profesionales, entendida como la triada integrada por: comunicación interna, comunicación mercadológica y comunicación corporativa, coordinado por María Gabino Campos y Griselda Guillén Ojeda.

GI09. Historia de la Comunicación. La mirada histórica para comprender el presente y el futuro del Campo de la Comunicación, coordinado por: Raúl Fuentes Navarro y Francisco Hernández Lomelí.

GI10. Teorías y Metodología de Investigación en Comunicación. Se reflexiona sobre el desarrollo teórico y metodológico con que se abordan los distintos procesos y prácticas de comunicación, coordinado por: Eduardo Andión Gamboa y Rebeca Domínguez Cortina.

GI11. Comunicación Intercultural. Enriquece el debate de la noción de cultura, al proponer su análisis tanto en presupuesto teórico que orienta ciertas explicaciones de los procesos y fenómenos de la comunicación, así como en la comprensión de diversas manifestaciones humanas que las sociedades construyen, coordinado por: Inés Cornejo Portugal y Vicente Castellanos Cerda.

GI12. Género y Comunicación. El interés obedece, por un lado, a que se trata de un grupo con un objeto muy delimitado, y por el otro, al reconocimiento y legitimidad que han logrado los estudios feministas en el campo que han repercutido en el incremento de investigaciones con este enfoque, coordinado por: Aimée Vega Montiel y Josefina Hernández Téllez.

GI13. Sociedad Civil, Participación y Comunicación Alternativa. Analiza los conceptos que prefiguran el trinomio sociedad civil-participación-comunicación, coordinado por: Miguel Sánchez Maldonado y Tonatiuh Lay Arellano.

GI14. Políticas de la Comunicación. Analizar qué y con qué políticas de comunicación se debe fortalecer la democracia en el proceso de transición política nacional; cómo producir nuevas políticas de comunicación y descubrir qué desigualdades existen, coordinado por: Claudia Cecilia Flores Pérez, Hugo Sánchez Gudiño y Alejandro Cárdenas López.

GI15. Comunicación Intersubjetiva. Revisa las diferentes corrientes, enfoques y disciplinas que pueden ayudar a una mejor comprensión de los fenómenos de comunicación intersubjetiva, coordinado por: Marco Antonio Millán Campuzano y Alejandra Patricia Gómez Cabrera.

GI16. Estudios de Juventud y Comunicación. Se analizan los procesos comunicativos que tengan que ver con la juventud. Investigar esta temática emergente, en tanto que permite reflexionar sobre procesos comunicativos que ocurren en contextos socioculturales más amplios y que dan cuenta de la complejidad que atraviesa hoy la sociedad contemporánea, coordinado por: Maricela Portillo Sánchez y Victoria Isabela Corduneanu.

GI17. Deporte, Ocio y Entretenimiento. Espacio incluyente para compartir hallazgos en torno a cualquier práctica deportiva, forma de ocio y entretenimiento, o cualquier forma de expresión vinculada con la música, los videojuegos, los eSports, etc., coordinado por Samuel Martínez López y Edith Cortés Romero.

GI18. Medios Públicos. Es un espacio para dilucidar y debatir acerca de los medios públicos, busca incluir desde la definición y discusión misma del concepto de servicio público hasta la revisión de las diversas experiencias nacionales y mundiales, coordinado por: Patricia Ortega Ramírez y Lenin Martell.

GI19. Comunicación de la Ciencia. Investigación científica de la comunicación de la ciencia, la divulgación, la difusión y la apropiación del conocimiento, desde los diferentes actores, mediaciones, políticas públicas, evaluaciones, entre otras; como una responsabilidad social; además, se dedica a explorar las discusiones epistemológicas en sus fundamentos, teóricas y metodológicas derivadas de las transformaciones, coordinado por: Lizy Navarro Zamora y Silvia Domínguez Gutiérrez.

GI20. Comunicación y Salud. Contribuye al fortalecimiento interdisciplinario con la finalidad de desarrollar intervenciones de comunicación que proporcionen condiciones favorables para la adopción individual y colectiva de comportamientos saludables, coordinado por: Janet García González y Luis Alfonso Guadarrama Rico.

GT1. Estudios Críticos de la Desinformación. Busca explicar y visibilizar las prácticas, actores y efectos asociados al fenómeno de desinformación, coordinado por: Rosa Elba Arroyo Álvarez y Antony Flores Mérida.

GT2. Comunicación, Infancias y Adolescencias. Construir un espacio para dialogar y discutir el estudio de niñas, niños y adolescentes como agentes comunicativos, coordinado por: Martha Noemí Yah Santana e Itzel Lugo Sánchez.

GT3. Estudios de Cine. Espacios de diálogo y colaboración con el fin de construir vías que apoyen a la creación de nuevos conocimientos sobre el fenómeno del cine, coordinado por: Antonio Calderón Adel y Manuel Antonio Pérez Tejada Domínguez.

Para la generación de conocimiento que se expone en este libro de investigación científica de AMIC titulado *Comunicación e Incidencia Social*, se realizaron rigurosamente todos los procesos de evaluación científica. El Comité Evaluador estuvo integrado por las y los expertos a quienes ubico por orden alfabético, en su mayoría coordinadores de los GI y GT y otros investigadores destacados.

Arroyo Álvarez Rosa; Arroyo Gopar María Teresa; Cárdenas López Alejandro; Castellanos Cerda Vicente; Castillo Quiñonez Leticia; Cortés Romero Edith; Cruz Sánchez Ileana; Domínguez Gutiérrez Silvia; Flores Mérida Antony; Gabino Campos María; García Aguilar Raúl Roydeen; García González Janet; Gómez García Rodrigo; González Macías Rubén Arnoldo; Guadarrama Rico Luis; Guillen Ojeda Griselda; Herrera Aguilar Miriam; Lay Arellano Tonatiuh; Martell Lenin; Martínez López José; Melchor Moreno José Manuel; Millán Campuzano Marco Antonio; Muñiz Muriel Carlos; Navarro Zamora Lizy; Oliveros Rodríguez Lisset; Rodríguez Estrada Alejandra; Sánchez Maldonado Miguel; Vidales Gonzales Carlos.

Este libro *Comunicación e Incidencia Social* es un texto de aportación a la generación de conocimiento en torno a uno de los pilares actuales que ocupan y preocupan en la investigación científica de este campo; es una relación directa entre

la comunicación y los problemas sociales en sus diferentes grupos, dimensiones y desafíos en los contextos locales, nacionales e internacionales.

Desde la generación científica básica, hasta la aplicada, en los capítulos de este libro se exponen 18 temas de relevancia para la sociedad: radio comunitaria, feminismos digitales, migración, salud y cultura vial, tecnología y jóvenes LGBTIQ+, madres adolescentes, situaciones comunicativas de crisis, estrategias empresariales, el *body positive* y la gordofobia, percepciones de las mujeres afroamericanas, seguridad digital, innovación pública para los ciudadanos, entre otros temas de relevancia.

Esta obra tiene gran utilidad para los estudiantes de licenciatura y de posgrado, para los profesores, para los investigadores, para las instituciones, para las empresas, para las organizaciones del tercer sector y para el público en general.

Agradezco la colaboración de los comunicólogos estudiantes Ana Vázquez Camarillo y Mario Julián Méndez Hernández, en el proceso de estos textos.

La y lo invito a consultar esta obra que refleja el compromiso de AMIC con la generación de conocimiento y el apoyo a iniciativas científicas de investigadores jóvenes, en proceso y consolidados.

*Lizy Navarro Zamora*

Presidenta AMIC 2023-2025  
SNI 2 de Conahcyt/Perfil Prodep  
Coordinadora del Grupo de Investigación de AMIC Comunicación de la Ciencia  
Coordinadora del Grupo de Interés de ALAIC Comunicación de la Ciencia  
Profesora Investigadora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la  
Universidad Autónoma de San Luis Potosí  
Líneas de Investigación: Ciberperiodismo, IA-Periodismo, Educación-TIC,  
Comunicación de la Ciencia y Sustentabilidad.  
Research Gate: Lizy Navarro Zamora; ORCID: 0000-0001-7907-7729;  
Google Académico: <https://scholar.google.com.mx/citations?user=jKmTt5cAAAAJ&hl=es>, etc.  
lizy@uaslp.mx  
(X) @LizyNavarro  
(FB) Lizy Navarro  
(IG) @lizynavarrozamora  
(X) @AMIC\_com  
(FB) amicmx  
(IG) @amic.mx  
(YT) @difusionamic4079  
(Web) <https://www.amic.mx>

# **Comunicación e incidencia social**

## **LA RADIO COMO INSTRUMENTO DE PAZ EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO: UN ESTADO DEL ARTE**

Marina Vázquez Guerrero  
marina@ucol.mx

Universidad de Colima

A lo largo del tiempo, la radiodifusión ha sido un instrumento de gran valor para propiciar la comunicación en todo tipo de territorios y contextos, pero también un gran aliado de las organizaciones y gobiernos para la educación formal e informal. Las experiencias de radios mineras, comunitarias, religiosas, universitarias, populares, ciudadanas, públicas, indigenistas lo demuestran y está documentado por diferentes autores (Merayo, 2007; Sosa, 2021; Tornay, 2020).

Un tipo de radio que tiene objetivos afines pero enfocada en un tema que actualmente cobra mayor relevancia por la violencia creciente en el mundo, son las radios por la paz o promotoras de la paz, que han sido documentadas en los últimos años y cuya experiencia principal se centra en Colombia. Prácticas que coinciden con la promoción de la cultura de paz presente desde 1999 con la aprobación de la “Declaración y Programa de Acción sobre una Cultura de Paz” por la Asamblea General de las Naciones Unidas, donde se establecieron las bases conceptuales y directrices para el desarrollo de una cultura de paz a nivel mundial y que posteriormente, en 2015, dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU reforzaron el llamado universal para erradicar la pobreza y garantizar la paz y la prosperidad para 2030.

En ese sentido y a partir del interés por reconocer qué tipo de experiencias en el ámbito radiofónico se han implementado en la región latinoamericana, así como para poder revisar las estrategias realizadas por los medios públicos, es que realicé este primer ejercicio exploratorio de estado del arte, que nos permita identificar la literatura académica de las experiencias documentadas que existen en la región, sobre la promoción de la cultura de paz, aplicada desde la radio.

Este estudio pretende también reconocer qué tanto se ha implementado y por qué instancias, revisando la injerencia del estado, instituciones educativas o asociaciones civiles. Se parte, además, de la necesidad de reconocer esta experiencia con miras a poder aportar a corto plazo en reflexiones que permitan, tras la implementación de la política nacional mexicana, promover en los medios sonoros la cultura de paz más allá de la obligación que existe a partir de 2023, hacia las dependencias gubernamentales y las instituciones de educación superior, de adoptar medidas al respecto, condicionando recursos.

### ***Comunicación para la paz y para el cambio social***

La existencia de este tipo de medios que promueven contenidos educativos y sociales tiene como base primordial el derecho a la comunicación que todas las personas tenemos. Este derecho va más allá de la posibilidad de acceder a información; también implica que se nos permita poner en común conocimientos y sepamos convivir con las diferencias. “El derecho a la comunicación articula y engloba al conjunto de los otros derechos relativos, como son el acceso a la información, la libertad de opinión, la libertad de expresión, la libertad de difusión” (Gumucio, 2012, p. 1).

Por su parte la Comunicación para el cambio social (CCS) que ha sido ampliamente estudiada más no aplicada en todos los contextos, es la que tiene una relación directa con el tema que nos convoca, pues se complementa con la cultura de paz. Como afirma Nos Aldás y Farné (2020) “la CCS tiene como objetivo –y guía para valorar su eficacia– la justicia social y la transformación de las violencias” (p. 7).

De acuerdo con Gumucio (2011), quienes ejercen este tipo de Comunicación cumplen premisas de tipo comunitario como la apropiación del proceso y de los contenidos comunicacionales; el trabajo horizontal, la diversidad de voces, los contenidos locales; asumen la agencia de sus cambios; propician el diálogo y la negociación buscando el refuerzo de su identidad cultural, entre otras prácticas a favor de todas y todos.

El proceso comunicacional es más importante que los productos. La participación de los actores sociales, que son a su vez comunicadores, se da en el marco de un proceso de crecimiento colectivo anterior a la creación de mensajes o productos (un programa de radio, un video, un panfleto). Los productos y la diseminación o difusión de éstos no son sino un elemento complementario en el proceso de comunicación. (Gumucio, 2011, p. 37)

Por otra parte, la Comunicación para la paz es coincidente al tener como características un marco “en el que se conjugan la transformación de conflictos, la interacción social, la horizontalidad y los métodos dialógicos” (Sala, 2017, p. 283). Es el reconocimiento del otro pensando en lo que, nos hacemos y cómo no lo hacemos (Villar-García & Maldonado, 2013).

Ejercer este tipo de Comunicación desde los medios incluye promover el fin de la violencia; el entendimiento de los conflictos que ocurren en la sociedad, a través de información, así como “generar espacios de debate inclusivo, en donde se respeten todas las opiniones de los representantes de los distintos sectores sociales, lo cual permitirá reconocer la interculturalidad y la interdependencia social existente” (Espinoza, 2017, p. 144).

La Comunicación para la paz, además, está respaldada por normativas internacionales como la Declaración de la ONU sobre una Cultura de Paz (1999), que en su artículo 7 reconoce que el papel informativo y educativo de los medios de difusión contribuye a promover una cultura de paz y que es necesario el uso eficaz de los mismos para promoverla. De allí que, en razón al cumplimiento, se han venido ampliando las estrategias en todos los ámbitos sociales, en diferentes países, y a través de diversos académicos (Fisas, 2011; Jiménez Bautista, 2019a, 2019b; Muñoz, Molina, 2010), quienes han nutrido y analizado el concepto, su antagonista, la violencia, y todas las posibilidades que se tienen para evitar seguir acrecentando la cultura de la guerra.

### ***La función social de la radio***

La radio es una extensión de la tradición oral y por ello ha sido por mucho tiempo un medio cercano e inmediato, accesible a todo tipo de personas y presupuestos. Su cualidad principal que es el sonido, la ha hecho “el medio de comunicación de masas más apropiado para promover la educación auditiva” (Rodero, 2008 p. 106) porque el sonido impacta, estimula la imaginación; fomenta la escucha y ello habilita para la expresión oral.

Ha sido a través de la radio como se han tenido importantes logros de impacto social y de educación formal e informal para contribuir a la formación de los ciudadanos desde sus inicios, hace más de 100 años y que pasan desde propuestas alfabetizadoras de América Latina y las islas Canarias; la radio escolar, las radios universitarias y el



podcast (Rodero et al., 2014), así como las emisoras comunitarias y populares que les caracteriza la operación sin fines de lucro y su esencia “participativa y hecha por y para una audiencia local, proporcionando una variedad de programas educativos y de entretenimiento, para facilitar el desarrollo comunitario” (Vega, 2019, p. 1393).

La radio pública y cultural, además, cumple la función primordial de informar, educar, entretener y difundir la cultura; así como la característica del ejercicio de la pluralidad, participación y autonomía editorial (Martell, 2011), con diferentes alcances según el país y contexto.

Por su parte, la radio como instrumento para promover la paz tiene antecedentes en África y la misma región andina con los proyectos de comunicación para el desarrollo y el cambio social y también en programas específicos como el que opera el Departamento de la ONU para las Operaciones de Paz (DPO) desde 1948 a través de misiones en países con situaciones de posconflicto.

De acuerdo a información de Naciones Unidas (2023) en todo este tiempo *las operaciones de la ONU para el mantenimiento de la paz* se han desplegado por todo el mundo a través de 71 misiones. Allí se menciona que fue en 1989 cuando la radio empezó a tener un papel relevante para conseguir la paz; primero en Namibia, promoviendo el voto democrático a través de programas temáticos que se emitieron por las emisoras locales y posteriormente en Camboya donde inició la primera emisora importante para el mantenimiento de la paz.

## **Metodología**

Entendiendo que un estado del arte es “un tipo de investigación documental que consiste en examinar la literatura disponible sobre un tema específico” (Rivas, 2003), este es el abordaje que se presenta a continuación; donde se busca que, tras la lectura y análisis de textos de corte académico, se conozcan los antecedentes de aquello que forma parte de los temas de investigación y que refleje tendencias y desafíos. Para ello se recurrió a la sistematización y análisis documental de 20 artículos académicos publicados en los repositorios virtuales: Dialnet, Redalyc, Scielo y Google académico, escritos en español y que refieren experiencias de radio y paz en la región latinoamericana.

Los artículos localizados abarcan fechas de 2009 a 2023, de los cuales la mayoría describen las experiencias de radios por la paz, implementadas en Colombia, de los que daremos cuenta en el siguiente apartado, poniendo énfasis en procedencia, temporalidad, autorías, métodos y técnicas aplicadas, así como las principales aportaciones que nos permite conocer el papel social que cumple la radio cuando enfoca objetivos por la paz.

## Resultados

Tras la revisión documental se encontró que la gran mayoría de los artículos (16 de los 20), proviene de la experiencia colombiana donde se tiene el antecedente de las radios comunitarias, pero también de una estrategia nacional que buscó proveer de emisoras comunitarias en las regiones afectadas por el conflicto armado, apoyadas por el Sistema de Medios Públicos y organismos internacionales.

**Figura 1**  
*Procedencia de investigaciones analizadas*



Los demás textos presentan casos de México, Guatemala, Venezuela, Chile y Nicaragua en diferentes años y con enfoques concretos de experiencias en contenidos sobre la paz.

Sobre la temporalidad de los productos, abarcan 14 años, partiendo de 2009 al 2023, destacando una mayoría en 2020 con 6 artículos, coincidente con la fecha de mayor análisis e impulso de implementación de las radios por la paz en Colombia.

**Figura 2**  
*Fecha de las publicaciones*



19 textos son estudios de enfoque cualitativo y uno mixto. Algunos más completos que otros y donde aplican métodos y técnicas como el estudio de caso, investigación-acción; etnografía, entrevista individual y grupal; observación participante, análisis documental, análisis argumentativo, talleres vivenciales, grupos de discusión, colchas de retazos y entrevistas a profundidad.

También se observan miradas desde diferentes disciplinas que van desde la antropología (Freddi, 2018), sociología, comunicación (García et al. 2020), ingeniería (Reyna-Rozo, 2020) y educación (Carias-Pérez, 2021; Gómez-Chica, 2022), teniendo como informantes y sujetos de estudio a jóvenes, niños, mujeres, padres de familia, estudiantes, profesores, ciudadanos, campesinos, trabajadores, etc.

Otra característica común, es que casi todos los estudios se hacen en espacios rurales o comunitarios y centros escolares, con población indígena o en zonas de conflicto como la región Magdalena de Colombia.

La revisión permite identificar autores de diferentes procedencias; la mayoría académicos de universidades como la Autónoma del Caribe; del Norte, de Manizales, la Nacional de Colombia y Minuto de Dios seccional Antioquia en Colombia, entre otras.

### ***México y la radio en lengua maya***

De los textos que no son sobre Colombia destaca el publicado en 2010, denominado “Cuando alguien habla la maya, se nota que son pobres. Narrativas de identidad de los mayas yucatecos en torno a la radiodifusora indigenista La voz de los mayas, Xepet”, escrito desde México por Cornejo y Bellon y donde se menciona sobre la pertinencia de la radio indigenista tras revisar con un análisis argumentativa, la percepción de personas que escuchan la emisora de lengua maya.

En este trabajo se examinan las narrativas de identidad de los receptores culturales de la radio, consultando a los informantes sobre la oferta cultural y su presencia cotidiana en su mundo de vida. Se menciona allí que la radio es “como un instrumento para recordar, afirmar, apropiarse y reconfigurar algunos elementos de la identidad, y como un posible espacio de diálogo hacia una “cultura de paz” (p. 21).

### ***Guatemala: radio comunitaria en los acuerdos de paz***

El único artículo localizado del contexto de Guatemala se denomina “Comunidad, alcaldía y radio. Cambio y conservación del liderazgo indígena en la Guatemala posguerra”, publicado en 2018 por Andrea Freddi. Allí se presentan dos casos etnográficos registrados en Todos Santos Cuchumatán, municipio maya-mam. Con ello se buscó “entender el rumbo de las comunidades a partir de 1996, año en que se firman los acuerdos de paz y empieza un largo proceso postguerra caracterizado por la inestabilidad de las reformas neoliberales y por un balbuceante proceso de democratización” (p. 105).

Destaca allí que fue a través de las radios comunitarias en ese país que se promovieron como uno de los instrumentos clave de fortalecimiento de la cultura indígena al término del conflicto, que, permitió recuperar el tejido social, por sus características de uso de lengua local, sin fines de lucro y hecha por ciudadanos, después de las heridas de la guerra. “Esta puede impulsar la participación civil y la democracia; los líderes más cosmopolitas tienen que utilizarla para informar a los vecinos analfabetos y aislados sobre los eventos relevantes a nivel municipal y nacional” ( Freddi, 2081, p. 105). Se detalla allí como caso de éxito la emisora que nació bajo el liderazgo alternativo de un joven migrante retornado que activó a la comunidad y se ganó su confianza.

### ***Chile: interés por la educomunicación***

En el contexto chileno, encontré el artículo de Fernando Carias-Pérez, Isidro Marín-Gutiérrez y Ángel Hernando-Gómez, que realizaron en 2021 la publicación de un análisis aplicado en tres escuelas rurales del sur de Chile donde se usa la radio como recurso educativo para revisar la experiencia de educomunicación e interculturalidad.

La conexión que hay de este artículo con el tema de esta revisión es cómo a través de este ejercicio es que, tras la aplicación de 25 entrevistas, verifican que la práctica radial en contextos educativos y de diversidad cultural “puede a su vez, desde su praxis, generar proyectos que confronten y transformen la realidad desde propuestas relacionadas al buen vivir y el bienestar sociocultural, lo que sin lugar a dudas puede traducirse en las bases para una cultura de paz” (p. 55).

### ***Nicaragua al aire***

De la región centroamericana se encontró el texto “El cambio social y su relación con la radio comunitaria y la comunicación intercultural: el caso de la Costa Caribe de Nicaragua”, de 2023 donde a través de una revisión documental se evidencia el rol de las cuatro radios que fundó la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe y su papel en el cambio social.

El trabajo se aplica con las poblaciones indígenas y afrodescendientes del Caribe y da cuenta de cómo su aparición abrió espacios de participación que ayudaron a eliminar brechas educativas y a lograr alfabetizar ciudadanos. “en materia de salud, se ha abonado a la erradicación de las principales enfermedades como el VIH, sida, la malaria o el dengue a través de estrategias de comunicación establecidas en sus parrillas de programación” (Montoya & Barbeito, 2023, p.78), además de la promoción de la cultura de paz en las comunidades indígenas donde había personas conflictuadas por sus territorios.

### ***La experiencia colombiana***

Como se observa en las primeras cifras, el 80% del corpus de esta investigación refiere la experiencia de Colombia y la refrenda no sólo como la más documentada sino donde hay una actividad vigente en el tema de la radio y la promoción de la cultura de paz.

Para poder comprender las referencias es relevante adentrarnos al contexto del país, dado que, si hoy existe un desarrollo importante de radios por la paz, es porque se tienen dos grandes antecedentes 1) el desarrollo y consumo del medio en zonas urbanas y rurales que permitió la existencia de la radio comunitaria a fines de los años 40 y 2) un conflicto interno y doloroso que ha durado muchos años y que ha llevado a la ciudadanía a tomar un papel más activo en la búsqueda de soluciones desde la comunicación.

### **a) El conflicto**

A partir de la información que refieren los diferentes textos consultados es posible resumir que Colombia ha vivido guerras en diferentes momentos y en particular en el último cuarto de siglo con grupos paramilitares y guerrillas, pero también numerosos procesos de diálogo y negociación a fines de los 70 e inicios de los 80. “desde aquella época hasta la presente negociación, los logros han constituido acuerdos fragmentarios, mientras, en el país ha ido creciendo el escepticismo sobre dichos acuerdos, procesos y negociaciones -tégase en cuenta que la negociación con el Ejército de Liberación Nacional, ELN, y las bandas criminales, BACRIM, son asignaturas pendientes para la paz” (Santos, 2016, p. 612).

En 2009 por ejemplo, ya se hablaba de optimismo por estar en la etapa del posconflicto y donde se esperaba un proceso al que debían reunirse esfuerzos desde el Gobierno (incluidas las fuerzas militares) como la sociedad civil, en especial la academia y los medios de comunicación “principalmente en aquellas regiones más afectadas por el flagelo enquistado igual en el Estado (represión, corrupción, clientelismo, abandono) como en la subversión (narcotráfico, guerrilla y paramilitarismo)” (Ramos, 2009 p. 32).

En 2012, se dieron negociaciones entre el gobierno del presidente Juan Manuel Santos y la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, FARC en Oslo, Noruega, “para poner fin al conflicto armando y buscar una paz estable y duradera, con la participación de todos los colombianos” (Santos, 2016, p. 612). Para ello ya se menciona en la Ley 1732 del 1 de septiembre de 2014, sobre el inicio de la Cátedra de la Paz en todas las instituciones educativas colombianas,

abarcando los niveles de pre-escolar, básica y media de carácter oficial y privado, hasta la educación superior.

Fue hasta el 24 de noviembre de 2016, que el gobierno colombiano suscribió con el grupo armado Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, Ejército del Pueblo (FARC-EP), el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera (Fondo Europeo, s.f.). lo que contribuyó a todo un proceso a nivel nacional.

Se mencionaba que la radio sería “protagonista social fundamental en el proceso de paz regional” tras los acuerdos de La Habana y el de Santafé de Ralito. También se menciona cómo hacía tiempo que los colombianos tuvieron conocimiento y reflexión sobre conflictos de otros países como Salvador, Sudáfrica, Nicaragua, Irlanda, Filipinas, etc. y lo que implicaba el proceso de paz con temas como “verdad, reparación, reconocimiento de las víctimas, justicia transicional, reformas constitucionales y políticas, proyectos y reformas económicas y sociales, dejación de armas, reintegración a la vida civil de excombatientes ilegales, cese del fuego, referendo, entre otros” (Santos, 2016, p.612).

### **b) La radio comunitaria en Colombia**

La radio comunitaria en Colombia tiene una relevancia importante porque es reconocida de manera legal desde 1997 y pensada como “espacio para la reflexión y concertación comunitarias, y la resolución de conflictos” (Vega, 2019, p. 1392), pero tiene raíces desde los años 40’s con ejemplos como Radio Sutatenza y otras emisoras libres o alternativas que funcionaban con equipos de onda corta y altavoces, que surgen como vías locales de comunicación para causas diversas de comunidades indígenas, militares, religiosas, ambientales, populares o de guerrillas.

La ley que reguló esta forma de comunicación incluyó en sus lineamientos las Juntas de Programación (JP) y los Comités temáticos locales (CTL). Las primeras, para formular el manual de estilo y la parrilla de programación, para ser consultados y puestos a consideración de la ciudadanía, como herramienta para orientar la programación y producción de programas, y estimular la participación ciudadana en los medios locales y los comités temáticos como “espacio social de participación

que propiciaba la integración de las organizaciones sociales de cada municipio, en la definición de los contenidos y orientación de la emisora” (Vega, 2019,p. 1397).

En 2016 se contabilizaban 679 emisoras comunitarias que cubren el territorio y que además forman parte de redes como AMARC y La Red Nacional de Iniciativas por la Paz (Ramos, 2016).

### **c) Las Radios comunitarias para la paz y la convivencia**

Vega, en su investigación publicada en 2019 relata cómo se gestó la creación de la Red de radios por la paz, a partir de la necesidad de divulgación de los acuerdos para la paz: se organizaron la Oficina del Alto Comisionado para la Paz (OACP), los Ministerios de cultura y Tics, y la Presidencia de la República para crear el proyecto *Radios Comunitarias para la Paz y la Convivencia* (RCPC) con apoyo financiero de la Unión Europea (UE), bajo la operación de la red de radios comunitarias de Santander (REDSANDER). Se afirma que entre 2015 y 2017, se realizó el proyecto en el que 50 radios tomarían el compromiso de producir contenidos para emitir en 400 emisoras. Para ello, el Estado inicialmente creó espacios en las emisoras comunitarias y canales institucionales y regionales a través de los cuales divulgar los acuerdos, y posteriormente, el trabajo se dio desde las organizaciones y movimientos sociales.

### ***Investigaciones sobre radio y paz en Colombia***

Tras esta explicación muy general, y basado en lo que se menciona en los artículos revisados. Los textos más antiguos del corpus dan cuenta de las prácticas pacifistas desde 2009 con documentos como los de Cadavid y Moreno y Ramos Maldonado donde se publica una “Evaluación cualitativa de radio audiencias por la paz en el Magdalena Medio colombiano” y donde se empieza a revisar la forma en que se emite el “Discurso de paz desde la radio comunitaria en tiempos del posconflicto en el Caribe Colombiano”. Allí se mencionan los pocos estudios relacionados a las radios comunitarias y ciudadanas en la construcción del país y revisan la red Aredmag, Red de Radios Comunitarias del Magdalena Medio que conformaba 17 emisoras.

Cadavid y Ramos afirman que las radios comunitarias del Magdalena Medio, por medio de sus relatos y narraciones, realizan una labor importante en la mediación de situaciones y problemas comunitarios como los conflictos de género; entre el Estado y la población, entre otros.



Ramos Maldonado por su parte, se centra el análisis en la Región Caribe porque es de las más afectadas en el país y en donde la radio comunitaria sufrió los embates de los intereses de las partes en conflicto, pero también en donde consideran que podría implementarse un discurso mediático que impacte en el comportamiento colectivo para una cultura de paz y la convivencia pacífica. Denuncia cómo “las emisoras comunitarias fueron sitiadas y sus contenidos debían ser partidarios con la lucha anti-izquierdista y con algunas estrategias lexicales y semánticas que promovieran el resentimiento, el odio y la violencia estructural como formas culturales de relación social” (p. 32).

Después, en 2016, Clara Janneth Santos presenta un estudio que muestra la forma cómo la Universidad Autónoma del Caribe, integra la reglamentaria Cátedra de la Paz, pero, además, la forma como se crean escenarios virtuales que permiten fortalecer la Cultura de Paz desde las tres áreas sustantivas de la universidad, otro antecedente relevante para lo que vendría después. Destaca la estrategia de comunicación para visibilizar los productos de educación formal e informal con relación a la Cultura de Paz en la región Caribe visualizada para fortaleza de su línea científica, a través del uso de sus medios propios y medios externos.

Para 2018 se publica también un estudio muy completo de Nicolás Juan Camilo Aguilar Forero que expone el caso de *Contagio Radio*, una experiencia de comunicación alternativa con enfoque en Derechos Humanos que desde el año 2009 promueve prácticas que desafían las formas hegemónicas de producción mediática del pasado y del presente en Colombia.

Su estudio muestra la aplicación de observación participante, análisis de contenido y entrevistas entre 2012 y 2014, en los lugares en los que la emisora hizo presencia, lo que le permite confirmar que:

Contagio radio ha jugado un rol central en la dinamización de escenarios de convergencia como la Alianza de Medios y Periodistas por la Paz o el Frente Amplio Por la Paz que, en los años recientes, han aglutinado a distintas fuerzas (partidos, movimientos sociales, académicos, colectivos culturales, etc.) que intentan hacer contrapeso a las fuerzas neoconservadoras y de ultraderecha colombianas y configurarse como alternativa de poder y de generación de una nueva hegemonía. (p. 136)

Fue a partir de 2019 que salen a la luz las publicaciones que dan cuenta de la implementación de la estrategia nacional de las radios comunitarias para la paz, con textos como el de Jair Vega Casanova; César Augusto Tapias Hernández y Camilo Ernesto Pérez Quintero. El primero, es un estudio de estos espacios radiales a través de dos viñetas etnográficas donde aplicó observación; entrevistas comprensivas y análisis etnográfico de archivos.

Del 2020, revisé “Por el Magdalena medio. Radios comunitarias para la paz, víctimas y reconciliación”, de César Augusto Tapias, que presenta un texto denominado ensayo con etnografía multilocal donde investiga viajando a las emisoras de la región, aplicando entrevistas y dinámicas con dibujos para resolver las siguientes cuestiones “¿Cómo ha sido el desempeño de las radios comunitarias bajo el conflicto armado? ¿Qué experiencias tienen en torno a construcción de paz y convivencia? ¿Qué redes han tejido con la comunidad y las organizaciones sociales? ¿Qué enseñanzas hay para el sector de la radio comunitaria, la reconciliación y la curación posteriores al conflicto con las FARC EP?”

Del mismo año surge “Procesos constructivos de contenidos de paz. Una mirada a emisoras del municipio de Bello (Colombia)” de Alma Leonora García Gómez; José Julián Herrera Pulgarín y Sergio Alonso Arenas Ceballos. Allí se revisan los contenidos de paz de las emisoras San Buenaventura Estéreo y Radio B del municipio de Bello (Antioquia, Colombia), verificando si siguen las directrices sugeridas por organismos nacionales e internacionales que recomiendan generar relatos que ayuden a reconstruir la memoria histórica, evitar la violencia y propiciar la cultura de paz.

Paulo César Paz Ramos y María Isabel Campos Achicanoy, publican en 2020 “El papel de las radios comunitarias en la promoción del derecho a la paz (Colombia)” que da a conocer la revisión de las cuatro emisoras comunitarias del departamento del Cauca, Colombia encargadas de la promoción del derecho a la paz para las zonas rurales. Una investigación cualitativa donde se recurrió a instrumentos como entrevistas, encuestas, indicador de la Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM), grupos focales y observación *in situ* para conocer la situación de las emisoras.

Entre los resultados se menciona que las emisoras cubren satisfactoriamente con su labor y que existen fortalezas en temas de educación, participación, inclusión social, fomento cultural, aprendizaje autodidacta y la recursividad. “Compromiso y

perseverancia por parte de los miembros de las emisoras para mantener las emisoras y para aportar a la paz de sus territorios con sus contenidos, a pesar de las problemáticas de violencia y de amenaza” (p. 9).

## **Conclusiones**

Las experiencias relatadas por los autores de los diferentes artículos del corpus muestran diversos usos de la radio en la región latinoamericana que van más allá de apoyar en la promoción de una paz duradera y posconflictos sino de la preservación de la lengua, la recuperación de la memoria e incluso los antecedentes de apropiaciones de la guerrilla.

De las experiencias más relevantes que fueron documentadas se rescata que la radio es efectiva en contextos locales, generando cercanía con sus audiencias “estos proyectos comunicativos, por estar cercanos, abiertos y convocantes hacia su comunidad, permiten que aparezcan personas y grupos interesados en acercarse y participar, lo que genera una actividad radiofónica comunitaria” (Cadavid & Moreno, 2009, p. 283).

Pudimos ver cómo hace más de 20 años que en las radios comunitarias de Colombia se han generado reflexiones populares y ciudadanas sobre paz y conflicto pero que la creación de las RCPC contribuyó en enfocar de mejor manera los esfuerzos “no sólo dinamizó la participación ciudadana con estos nuevos espacios; propuso que los medios comunitarios no sólo informaran sobre los acuerdos y su implementación, sino que identificaran y consolidaran a la comunidad, organizando conversaciones públicas” (Vega, 2019, p. 1396).

Los autores manifiestan que sí es relevante la radio comunitaria colombiana como espacio para construir la paz, pero requiere cambios en las “lógicas administrativas que terminan torpedeando los procesos sociales que estos encuentros posibilitan” (Vega, 2019, p. 1405)

También se registran recomendaciones que podrían permitir superar retos desde estos espacios que se refleja en la cita de Tapias (2020):

trasladar el diálogo social a la cabina, hacer de los espacios radiales otros espacios sociales para la deliberación, unas radios habladas como apuestas pedagógicas por la paz, que, respaldadas por la tecnología, podrían propiciar

acercamientos incluso con exilados y otras víctimas desplazadas de sus territorios, que no han podido regresar. (p. 178)

## **Discusión**

El estudio permite reflexionar sobre la relevancia de estos medios donde se afirma que “las radios comunitarias son una herramienta fundamental para generar y promocionar la paz... que dan cuenta de las realidades de sus territorios de una forma real, consciente y participativa” (Paz & Campos, p. 9).

El relato de los discursos en las investigaciones documentadas da ejemplo de las prácticas que muchos de los principios que deberían tener los medios públicos, sociales y comunitarios y cuyas experiencias en México aún no son visibles en la literatura académica, pero seguramente sí en otros ámbitos dado que la ley general de educación y otras normativas han implementado la obligatoriedad de ejercer un programa de paz para poder otorgar recursos.

En general considero que los pocos estudios sobre la radio y la promoción de la paz en América Latina resaltan su potencial transformador y su importancia en la construcción de sociedades más justas y pacíficas, ejerciendo una adecuada comunicación por la paz “con discursos que constituyan un lugar de encuentro. De reconciliación. De construcción de una memoria reconciliadora. De una memoria educadora viva y en continua construcción”. (Nos, et al. 2008, p.15)

Una ausencia que se observa en estos estudios es que no hay ninguna mención directa sobre el papel del estado en la implementación y evaluación de estos proyectos, que de alguna manera han tenido que transformar su esencia independiente y comunitaria, para dar respuesta a un organismo internacional que financia sus acciones.

## **Referencias**

- Aguilar Forero, N. J. C. (2018). Contagio Radio: Una iniciativa de comunicación contrahegemónica en Colombia. *Revista nuestraAmérica*, 6(12).
- Cadavid, A., & Moreno Martínez, O. (2009). Evaluación cualitativa de radio audiencias por la paz en el Magdalena Medio colombiano. *Signo y Pensamiento*, XXVIII, 276-299.

- Carias-Pérez, F., Marín-Gutiérrez, I., & Hernando-Gómez, Á. (2021). Educomunicación e interculturalidad a partir de la gestión educativa con la radio. *Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador*, 35, 39-60. <https://doi.org/10.17163/uni.n35.2021.02>
- Cornejo Portugal, I., & Bellon Cárdenas, E. (2010). Cuando alguien habla la maya, se nota que son pobres: Narrativas de identidad de los mayas yucatecos en torno a la radiodifusora indigenista La voz de los mayas, Xepet. *Revista paz y conflictos*, 3.
- Espinoza Bonifaz, A. R. (2017). La comunicación para la paz como herramienta de transformación social. *Vox juris*, 33(1), 143-157. <https://doi.org/10.24265/voxjuris.2017.v33n1.13>
- Fisas Armengol, V. (2011). *Educación para una cultura de paz*. Escola de Cultura de Pau. [http://escolapau.uab.es/img/qcp/educar\\_cultura\\_paz.pdf](http://escolapau.uab.es/img/qcp/educar_cultura_paz.pdf)
- Fondo Europeo para la paz (s.f.) Sobre el Fondo Europeo para la Paz en Colombia <https://www.fondoeuropeoparalopez.eu/sobre-el-fondo/>
- Freddi, A. (2018). Comunidad, alcaldía y radio. Cambio y conservación del liderazgo indígena en el Guatemala posguerra. *Revista Antropologías del Sur*, 9.
- García Gómez, A. L., Herrera Pulgarin, J. J., & Arenas Ceballos, S. A. (2020). Procesos constructivos de contenidos de paz. Una mirada a emisoras del municipio de Bello (Colombia). *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 19(37), 191-211. <https://doi.org/10.22395/angr.v19n37a10>
- Gómez Chica, S. M., Gaviria Zuluaga, J. G., Dávila Manrique, V., Carmona González, D. E., & Vargas López, H. H. (2023). Construyendo discursos de paz con la radionovela: “Dichos, dichas y desdichas de la escuela”. *Latinoamericana de Estudios Educativos*, 18(2), 43-70. <https://doi.org/10.17151/rlee.2023.18.2.3>
- Gumucio Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: Clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 58, 26-39.

- Gumucio Dagron, A. (2012). El derecho a la comunicación: Articulador de los derechos humanos. *Razón y Palabra*, 80.
- Jiménez Bautista, F. (2019a). Educación neutral y Educación para la Paz neutra. *Revista de Cultura de Paz*, 3, 367-387.
- Jiménez Bautista, F. (2019b). Una educación social que busca una cultura de paz. *Revista d'Intervenció Socioeducativa*, 72, 13-34.
- Martell Gámez, L. (2021). *El imaginario de lo público en la radio*. Xalapa, Veracruz: Universidad Veracruzana.
- Merayo Pérez, A. (2007). *La radio en Iberoamérica: Evolución, diagnóstico y prospectiva* (Vol. 21). Comunicación Social.
- Montoya Ortega, Y. R., & Barbeito Veloso, M. (2023). El cambio social y su relación con la radio comunitaria y la comunicación intercultural: El caso de la Costa Caribe de Nicaragua. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 28, 67-81. <https://doi.org/10.5209/ciyc.87850>
- Muñoz, F., & Molina Rueda, B. (2010). Una Cultura de Paz compleja y conflictiva. La búsqueda de equilibrios dinámicos. *Revista de Paz y Conflictos*, 3, 44-61.
- Nos Aldás, E., & Farné, A. (2019). Comunicación transgresora de cambio social: Epistemologías performativas y eficacia cultural. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 27, 1. <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i0.12720>
- Nos Aldás, E., Seguí-Cosme, S., & Rivas Machota, A. M. (2008). *Comunicación y construcción de paz* (Documento de trabajo 4; CEIPAZ). Fundación Cultura de Paz y Universidad Jaime I.
- ONU (1999) Declaración y Programa de Acción sobre una Cultura de Paz. [https://fund-culturadepaz.org/wp-content/uploads/2021/02/Declaracion\\_CulturadPaz.pdf](https://fund-culturadepaz.org/wp-content/uploads/2021/02/Declaracion_CulturadPaz.pdf)

- Paz Ramos, P. C. P., & Campos Achicanoy, M. I. C. (2020). El papel de las radios comunitarias en la promoción del derecho a la paz (Colombia). *ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación*, 9(22), 114-131.
- Ramos Maldonado, C. (2009). Discurso de paz desde la radio comunitaria en tiempos del posconflicto en el Caribe Colombiano. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 28-40. [https://doi.org/10.35742/rcci.2009.14\(0\).28-40](https://doi.org/10.35742/rcci.2009.14(0).28-40)
- Reyna-Rozo, J. D. (2020). Ingeniería para la construcción de paz: Una reflexión preliminar para procesos tecnocientíficos de resiliencia territorial. *OPERA*, 27, 141-162. <https://doi.org/10.18601/16578651.n27.07>
- Rivas, A. (2023, marzo 20). Guía completa para escribir un Estado del Arte, con ejemplos prácticos. *Guía Normas APA*. <https://normasapa.in/estado-del-arte/>
- Rodero, E. (2008) Educar a través de la radio. *Signo y Pensamiento*, XXVII(52) <https://www.redalyc.org/pdf/860/86005207.pdf>
- Rodero, E., Vázquez Guerrero, M., Larrea, O., & Mas, Ll. (2014). Sonidos que educan entreteniéndolo. La radio en la educación 2.0. En D. Caldevilla (Coord.), *Creaciones audiovisuales actuales*. ACCI.
- Sala Valdés, C. (2017). Alianzas entre la comunicación y la paz: Recorrido teórico hacia la emancipación de la comunicación para la paz. *Estudos em Comunicação*, 24, 261-286. <https://doi.org/10.20287/ec.n24.a14>
- Santos, C. J. (2016). Cultura de paz, educomunicación y TIC en Colombia. *Opción*, 12.
- Sosa Plata, G. (2016). *Días de radio: Historias de la radio en México*. Secretaría de Cultura: Tintable.
- Tapias Hernández, C. A. (2020). Por el Magdalena medio. Radios comunitarias para la paz, víctimas y reconciliación. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 143, 161-180.

Tornay Márquez, M. C. (2021). Radios comunitarias en América Latina, una historia de las luchas populares de un continente. *Historia Actual Online*, 54(2), 53-62.

Vega Casanova, J., Tapias Hernández, C., & Pérez Quintero, C. (2019). Radio comunitaria y construcción de paz en Colombia. Comunicación, interacción y planeación participativa para el posconflicto. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1391-1410. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1390>

Villar-García, M. G., & Maldonado Reyes, A. A. (2013). Los medios de comunicación y su injerencia en la construcción de la cultura de paz o violencia. Una reflexión desde los Estudios para la Paz. *Ra Ximhai*, 9(3), 47-53.



## **FEMINISMOS DIGITALES. REDES DE SOLIDARIDAD COMUNITARIA EN TIEMPOS DE COVID-19. ESTUDIO DEL CASO ABOGADAS CON GLITTER**

Sergio García Sánchez  
[sergiogarcia76@hotmail.com](mailto:sergiogarcia76@hotmail.com)

UNAM, UACM

El año 2020 será recordado por la irrupción de la pandemia de COVID-19 en el mundo. El nuevo coronavirus generó estados de alerta, confinamientos en los hogares, derivas económicas, emocionales, efectos en la política, la educación, el arte, la cultura y, por supuesto, en los movimientos sociales y en la forma de generar acción política. En un nivel macro, no sólo enfrentó a los distintos gobiernos con problemáticas de salud, también los puso frente a fuertes dificultades económicas y sociales; en un nivel micro, cambió la vida de la mayoría de las personas que habitamos este mundo, ha cambiado las rutinas de trabajo, de estudio, de ocio y en general ha construido nuevas formas de mirar el futuro.

Sin embargo, como comenta Bringel “La pandemia del coronavirus no llega en cualquier espacio-tiempo. Lo hace en un momento histórico de agotamiento de los recursos naturales y de emergencia climática y medioambiental en el que el capitalismo muestra su cara más depredadora. También de retrocesos democráticos y de derechos y de desconfianza y rechazo hacia los sistemas políticos” (Bringel & Pleyers, 2020, p. 10).

Desde antes de que irrumpiera el COVID-19, vivíamos en sociedades en crisis, atravesadas por profundas desigualdades, con trabajos precarios, sin prestaciones, con servicios públicos nulos e inexistentes. La pandemia que vivimos ha hecho evidente estas condiciones en las que vive la mayoría de la población mundial.

Al igual que Bringel y Pleyers (2020), entendemos la pandemia como un acontecimiento crítico global que marca una inflexión histórica. Si bien, en la historia de la humanidad han existido numerosas pandemias, ninguna tan global y extensa como la que vivimos, donde no hay rincón del mundo que no esté expuesto al virus, lo cual hace de esta pandemia la primera que es estrictamente universal y hace evidente lo interconectados que estamos en el mundo actual.

El desarrollo de las Tecnologías de Comunicación e Información (TICs), abona a esta interconexión global, la digitalización de la sociedad ha posibilitado una mayor interacción entre las personas y un mayor flujo de información sobre la pandemia. Las restricciones a la movilidad y en muchos casos, el confinamiento obligatorio han potencializado la digitalización de muchos aspectos de nuestra vida cotidiana, desde la amistad hasta el trabajo, pasando también por las formas de protesta, de la acción política.

Si bien, el activismo digital ha estado presente desde principios de siglo en los movimientos sociales (García, 2019), (Rovira, 2017), (Candón, 2021), la pandemia fomentó aún más la digitalización de las acciones de protesta; ha jugado un papel importante en la organización de acciones colectivas de ayuda comunitaria, de impacto local en los barrios y comunidades (Vázquez, 2021).

Los movimientos sociales estuvieron activos durante la pandemia de coronavirus, los movimientos feministas, raciales, ecológicos, han estado presentes a pesar del confinamiento. También y de manera importante, aparecieron movilizaciones locales, redes de solidaridad comunitaria, de ayuda mutua que se desarrollan en los barrios de diferentes países. Estas redes de solidaridad movilizaron a miles de personas y se revelaron cruciales para enfrentar la pandemia y el aislamiento social (Candón, 2022).

El objetivo de esta investigación es estudiar estas acciones colectivas que en principio categorizamos como Redes de Solidaridad Comunitaria (RSC), acciones que a pesar del aislamiento obligado por la pandemia, fueron capaces de ocupar el espacio público digital y el espacio físico, transitaron de manera estratégica de las pantallas a las calles.

Estas RSC a diferencia de los movimientos sociales macro que buscan incidir en la política institucional, estos grupos de ayuda mutua e iniciativas locales inciden en la vida local, de barrio, regenerando tejidos sociales comunitarios de apoyo y solidaridad comunitaria.

Es importante reflexionar hasta qué punto la pandemia generó oportunidades y posibilidades para el surgimiento de movimientos y acciones colectivas. Creemos que es importante discutir sobre estas Redes de Solidaridad Comunitaria ya que sobresalieron en momentos de pandemia, tuvieron la posibilidad de movilizarse sin la masa, sin la colectividad, sin la multitud, sin tomar los espacios públicos y la calle.

Nos centramos en el estudio de acciones colectivas feministas con la intención de evidenciar formas de violencia que vivieron las mujeres en tiempos de pandemia. Teniendo en cuenta que los colectivos feministas nunca estuvieron estáticos durante el aislamiento por COVID-19.

El papel de Internet y de las redes sociales como Twitter y Facebook, ha sido importante para visibilizar la acción feminista en los últimos años. Mediante esta práctica de apropiación del espacio público digital se han desarrollado acciones colectivas; multitudes de organizaciones, colectivos, mujeres a nombre individual se han organizado a través de la mediación de las TICs. La inmediatez, rapidez e interacción que permite la comunicación digital ha conectado a distintos grupos feministas a través del mundo y ha permitido la circulación de problemáticas y formas de comportamiento solidario.

Para esta investigación estudiaremos al colectivo feminista Abogadas con Glitter, que durante la pandemia desarrollaron una serie de acciones colectivas que tuvieron el fin de apoyar a mujeres con vulnerabilidad económica, física, problemas legales y de violencia. Abogadas con Glitter: “Somos un puñado de abogadas que de manera paralela a nuestras labores cotidianas, hemos decidido apoyar a las víctimas de violencia, acoso y hostigamiento proporcionando asesoría jurídica de primera instancia”.

Durante 2019, nació Abogadas con Glitter, un grupo de abogadas que de forma paralela a sus actividades cotidianas, se dedican a apoyar a mujeres víctimas de violencia y hostigamiento. Para asesorías y consultas las interesadas pueden escribir un correo a [abogadasconglitter@gmail.com](mailto:abogadasconglitter@gmail.com), donde serán apoyadas por el colectivo de forma completamente gratuita.

Mediante redes sociales suelen compartir temas relacionados al feminismo, además de dar puntos de vista sobre situaciones que ocurren en cuanto a violencia de género. También, suelen organizar videoconferencias con expertas para tocar el mismo tema y otros, con el fin de brindar asesoría a los interesados.

Frente a la falta de garantías del Estado mexicano, el colectivo feminista Abogadas con Glitter hace frente a la ausencia de políticas públicas y brinda a mujeres en situación de violencia asesorías gratuitas con perspectiva de género y de derechos humanos así como una defensa legal con bajos costos.

### **Tecnopolítica y Redes de Solidaridad Comunitaria**

A partir del desarrollo de las Tecnologías de Comunicación e Información (TICs), ha surgido un nuevo tipo de ciudadanía: la llamada ciudadanía digital (Alva 2020; Sierra 2011). Se trata de grupos de ciudadanos que están utilizando Internet y la comunicación móvil para apropiarse de la realidad, ejercer sus derechos o participar en movimientos sociales.

Esto se debe a que Internet sirve de plataforma para una nueva forma de comunicación interactiva, caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, diferente a la clásica comunicación que surgió con el desarrollo de los medios masivos de comunicación, que se basa en el esquema de uno-a-muchos y origina una comunicación vertical, sin capacidad de diálogo.

En esta Web, la red digital se convierte en una plataforma abierta a la participación de los usuarios. Así, desde el comienzo del siglo XXI, la Web se ha convertido en un lugar de conversación social, se han consolidado sus capacidades de promover intercambios sociales, de generar colectivos y comunidades.

Las vías de participación ciudadana históricamente se realizaban en micro-espacios públicos que permitían la interacción y discusión cara a cara; con la llegada de la democracia moderna y el desarrollo tecnológico de los medios masivos de comunicación, las vías de participación política se ampliaron a las urnas, el voto, los mítines, las asambleas, las marchas, surgieron acciones colectivas que se ampararon bajo la categoría de movimientos sociales.

De manera histórica, siempre han existido acciones políticas que han tratado de racionalizar el poder político. Para Charles Tilly (1995), la acción política agrupada con el apelativo de Movimiento Social, hace su aparición hace dos siglos, con la consolidación de los Estados-Nación, el nacionalismo, el desarrollo de la democracia como forma de gobierno ideal, etcétera.

El desarrollo tecnológico de Internet ha modificado las prácticas políticas; surgen interrogantes: ¿Cómo estas nuevas tecnologías de comunicación están transformando la acción política y, por ende, la participación ciudadana? Específicamente, ¿Cómo Internet y las comunicaciones inalámbricas modifican las prácticas políticas? ¿Qué características tienen estas formas de acción política?

La aparición de estas acciones políticas emergentes potencializadas por las TICs, se da a finales del siglo XX y principios del XXI. Los primeros movimientos de protesta que surgieron en la década de los años noventa se oponían a las acciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) y otros organismos internacionales que representan y controlan el orden capitalista mundial (Rovira, 2017). Ya en el S. XXI podemos mencionar todos los movimientos que se agrupan en lo que se denominó la Primavera árabe y los movimientos como el 15M en España, Occupy Wall Street en EUA, Francia con el Nuit Debout y el #YoSoy132 en México.

Existen diferentes esfuerzos que han tratado de nombrar estas acciones políticas: ciberactivismo, cibermovimientos, clickactivismo, wikirevoluciones, políticas insurgentes, política viral, movimientos red, flashmobs, acciones colectivas digitales, etc. Esta pluralidad de términos provoca una reflexión integral, hace necesario realizar algunas distinciones: existen acciones políticas que se realizan en el espacio online y offline, y acciones que se desarrollan y se imbrican en los dos espacios. En el espacio online podemos mencionar el ciberactivismo o clickactivismo, el cual se centra en dar a conocer demandas, preferencias o descontentos en línea; es una especie de lucha digital que aprovecha la velocidad con la que se puede difundir la información en Internet, ya sea a través de computadoras, tablet o telefonía móvil.

El ciberactivismo permite que hoy en día, cualquier persona que tenga inquietudes y le interese opinar sobre política lo pueda hacer, de esta forma, los políticos y los medios de comunicación masiva han dejado de tener el monopolio de la discusión sobre asuntos públicos. Pero, habría que advertir, que:

la política en las redes sociales, de ninguna manera sustituye a los espacios tradicionales del quehacer político, pero los amplía y, eventualmente, los matiza o enriquece. Las decisiones políticas no dejarán de tomarse en sus territorios institucionales: el gobierno, el Congreso, los partidos. Pero lo que se dice y deja de decir en las redes puede contribuir a acotar esas determinaciones. (Trejo, 2011, p. 70)

Por otro lado, durante los últimos años, se ha visto de manera ascendente, la participación política híbrida, que combina tanto el espacio digital como el espacio físico, lo on-line-off-line. Movimientos como los de Egipto, el 15M español, el #Yosoy132 en México, sólo por mencionar algunos ejemplos, han tenido su punto de despegue en las redes sociales. Éstos se transforman en espacios de discusión y provocan una expectación política, muchas veces se transforman en noticia en los medios de comunicación tradicionales; y de las manifestaciones electrónicas se pasa a la calle, de esta forma, se supera el clickactivismo, los twits y retwits o simplemente el me gusta.

En el espacio público digital, las acciones colectivas se construyen a partir de prácticas híbridas, entre las posibilidades de conexión que brindan las redes sociales y el espacio urbano, creando comunidades instantáneas de prácticas políticas que se despliegan en estos dos espacios.

A este tipo de acciones políticas híbridas se le ha nombrado de diferentes formas, un primer esfuerzo por definir las y explicarlas lo realizó Howard Rheingold en *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. En este trabajo, Rheingold habla de Smart mobs (multitudes inteligentes) y de *flash mobs* (movilizaciones instantáneas), movilizaciones que permiten articular grandes cantidades de individuos para manifestarse y organizarse colectivamente, a través de Internet (Howard, 2004).

El grupo español de investigación Datanalysis 15M, definió esta capacidad de acción híbrida colectiva bajo el concepto de tecno-política, que caracterizan como: “el uso táctico y estratégico de las herramientas digitales colectivas *online* para la organización, comunicación y acción colectiva” (Toret, 2013, p. 41).

Otro autor que ha dirigido su trabajo a tratar de explicar estas acciones políticas híbridas, es el catalán Manuel Castells (2009), en su libro *Comunicación y poder*, realiza una distinción: a los actores sociales que aspiran al cambio cultural (cambio de valores) los conceptualiza como movimientos sociales y, a los procesos que aspiran al cambio político (cambio institucional) los define como políticas insurgentes. Si estas acciones políticas insurgentes se apoyan en comunicaciones inalámbricas (Internet, telefonía móvil) estas acciones devendrán en movimientos red.

Como lo mencionamos anteriormente, el activismo digital ha estado presente desde principios de este siglo y este activismo se fomenta aún más durante

la pandemia de COVID. La digitalización de las acciones de protesta y solidaridad permitieron la organización de acciones colectivas de ayuda comunitaria, acciones que se desarrollaron de manera híbrida, de las redes socio digitales a las calles y que en este trabajo nombramos como Redes de Solidaridad Comunitaria (RSC)

Estas RSC en tiempos de COVID-19 se convirtieron en una parte importante de la respuesta comunitaria ante la crisis de salud pública y demostraron ser fundamentales para enfrentar los desafíos que la pandemia a nivel social, emocional y económico.

En un contexto de distanciamiento social, cuarentenas y restricciones de movimiento, muchas personas se vieron aisladas y enfrentaron dificultades para acceder a recursos esenciales y mantener su bienestar. Las redes de solidaridad comunitaria surgieron como una forma de contrarrestar este aislamiento y brindar apoyo a quienes más lo necesitaban. Algunas características de estas redes incluyen:

1. **Apoyo emocional:** Las redes de solidaridad comunitaria proporcionan un espacio para que las personas compartan sus preocupaciones, ansiedades y experiencias durante la pandemia. Esto crea un sentido de comunidad y empatía, lo que puede ayudar a reducir el estrés y la soledad que la pandemia ha provocado.
2. **Distribución de recursos:** En muchos casos, las redes de solidaridad comunitaria han organizado la distribución de alimentos, medicamentos y otros recursos esenciales a personas vulnerables o en situación de necesidad. Esto ha sido especialmente relevante para aquellos que han perdido sus empleos o tienen dificultades económicas debido a la crisis.
3. **Información y educación:** Estas redes también han sido fundamentales para difundir información actualizada y confiable sobre la pandemia y las medidas de prevención. Al proporcionar información verificada, ayudan a combatir la desinformación y contribuyen a la toma de decisiones informadas por parte de la comunidad.
4. **Acciones de voluntariado:** Las redes de solidaridad comunitaria han movilizado a voluntarios dispuestos a ofrecer su tiempo y habilidades para ayudar a otros miembros de la comunidad. Esto ha permitido la creación de una fuerza colaborativa para abordar las necesidades locales específicas.
5. **Apoyo a grupos vulnerables:** Estas redes han puesto un enfoque especial en apoyar a grupos vulnerables como personas mayores, personas con

discapacidad, migrantes, personas sin hogar y otros colectivos en situación de riesgo durante la pandemia.

Estas Redes de Solidaridad Comunitaria (RSC), que se desplazaron de manera híbrida en los espacios online y offline, jugaron un papel relevante en el plano de la solidaridad para garantizar que las personas más vulnerables no fueran abandonadas. Surgieron redes de solidaridad y apoyo mutuo en barrios y ciudades, en muchos casos dinamizadas por grupos y movimientos preexistentes, aunque en otros creadas por nuevas iniciativas ciudadanas a partir de situaciones concretas y demandas materiales emergentes en la crisis.

Tomasso Gravante y Alice Poma (2022) hacen un breve sondeo del surgimiento de estas RSC en el mundo a partir de marzo 2020:

En Estados Unidos, hasta abril de 2020, se han contabilizado más de 300, entre grupos locales y redes de apoyo mutuo. En el Reino Unido, alrededor de 4000. En España, solamente en marzo, se habían constituido alrededor de 188 grupos en 57 ciudades. En Chile, Argentina, Uruguay, surgieron centenares de “ollas populares”, es decir, espacios organizados en zonas urbanas donde se recolectan y cocinan alimentos para los más necesitados. En México, Guatemala, Ecuador, Perú y Brasil, entre otros, emergieron decenas de grupos de apoyo mutuo, los cuales se han involucrados en distintas actividades. (p. 258)

Estas actividades van desde la distribución de alimentos, apoyo psicológico, ayuda a grupos de trabajadoras sexuales, apoyo a mujeres víctimas de violencia doméstica. Gravante y Poma (2022, p. 259) realizan un mapeo cualitativo e identifica las principales actividades de estas redes:

1. Recolección y distribución gratuita de alimentos y bienes de primera necesidad.
2. Apoyo en asuntos de salud, como consultas gratuitas o recolección y distribución de medicamentos.
3. Apoyo en asuntos de derechos civiles, laborales y abusos, como la atención a las solicitudes de violencia doméstica y de violación de derechos laborales, el apoyo legal a las comunidades de migrantes ilegales o a las comunidades carcelarias.



4. Apoyo a sujetos altamente vulnerables o con enfermedades que no pueden arriesgarse a salir, a quienes se les apoya haciéndoles la compra, pasear las mascotas, pagar los servicios y, algunas veces, hacerles compañía y/o brindar apoyo emocional.

Es evidente la relevancia de estas RSC en el desarrollo de la pandemia, de ahí la importancia de plantear una investigación que centre el estudio de las mismas. En el caso de este trabajo, nos centraremos en el estudio de Redes de Solidaridad Comunitaria que tuvieron como objeto de apoyo a las mujeres. Creemos que las mujeres fueron un sector sumamente vulnerable durante el desarrollo de la pandemia y la intención es evidenciar distintos tipos de violencia de los que fueron objeto.

En el caso de esta investigación, la redes de solidaridad comunitaria enfocadas en asuntos de violencia de género, propiciaron la vinculación e interconexión estratégica al usar sus propias experiencias como un recurso que permite denunciar la violencia a las que han sido expuestas a partir de su condición como mujeres en tiempos de pandemia. Estas experiencias, al ser exhibidas en un espacio público como lo es internet y las redes socio digitales, se conforman como tácticas de resistencia y de solución a la violencia.

### **Feminismos digitales: el caso de Abogadas con Glitter**

Los movimientos feministas han utilizado las redes socio digitales de diversas formas: para promover sus objetivos, generar conciencia sobre cuestiones de género, movilizar a personas y compartir información. Algunas de las formas en que han aprovechado las redes sociales incluyen:

1. Concientización y educación: Los movimientos feministas utilizan las redes sociales para difundir información y educar al público sobre temas de género, derechos de las mujeres y problemas que enfrentan. Comparten artículos, infografías, estadísticas y otros recursos para aumentar la comprensión sobre cuestiones feministas.
2. Denuncias y testimonios: Las redes sociales se han convertido en una plataforma para que las personas compartan sus experiencias personales con el acoso, el abuso y la discriminación de género. Estos testimonios pueden aumentar la conciencia sobre la magnitud del problema y dar visibilidad a las voces de quienes han sido afectados.

3. Movilización y protestas: Las redes sociales han demostrado ser un medio efectivo para movilizar a personas y convocar a protestas y manifestaciones en apoyo de los derechos de las mujeres y la igualdad de género. Estas plataformas permiten la rápida difusión de información sobre eventos y actividades, lo que facilita la participación masiva.
4. Hashtags y campañas virales: Los movimientos feministas han utilizado hashtags y campañas virales en las redes sociales para atraer la atención del público y crear conversaciones en línea sobre temas específicos. Ejemplos notables incluyen #MeToo, #NiUnaMenos, #TimesUp y #HeForShe.
5. Creación de comunidades y redes de apoyo: Las redes sociales permiten que los activistas feministas y defensores de la igualdad de género se conecten y formen comunidades en línea. Estas redes de apoyo proporcionan un espacio para compartir recursos, ideas y estrategias para avanzar en la lucha por la igualdad.
6. Influencia en la agenda pública: Al utilizar las redes sociales de manera efectiva, los movimientos feministas han logrado influir en la agenda pública y poner temas de género en el centro de la conversación social y política.
7. Presión sobre instituciones y líderes: Los movimientos feministas han utilizado las redes sociales para ejercer presión sobre instituciones, empresas y líderes políticos, exigiendo cambios en políticas y prácticas que afectan a las mujeres y las cuestiones de género.

Las redes socio digitales han sido una herramienta poderosa para los movimientos feministas, permitiéndoles alcanzar un alcance global, generar solidaridad, conciencia, y movilizar a personas en torno a la lucha de género.

El papel de Internet y de las redes sociales como Twitter y Facebook ha sido importante para visibilizar la acción feminista en los últimos años. Mediante esta práctica de apropiación del espacio público digital se han desarrollado acciones colectivas; multitudes de organizaciones, colectivos, mujeres a nombre individual se han organizado a través de la mediación de las TICs. La inmediatez, rapidez e interacción que permite la comunicación digital ha conectado a distintos grupos feministas a través del mundo y ha permitido la circulación de problemáticas y formas de comportamiento solidario.

Es en el 2015, cuando emerge una nueva ola de movilizaciones explícitamente feministas. En México, el 24 de abril de 2016, estalla la Primavera Violeta con una

movilización nunca vista de mujeres que marchan de Ecatepec al centro de la capital y generan uno de los primeros hashtags: #MiPrimerAcoso. En Argentina con el hashtag #NiUnaMenos en 2015 y la huelga de mujeres del 8 de marzo de 2018, cambiaron la fisonomía de los espacios urbanos, como la marcha de 400 000 mujeres en Montevideo, Uruguay. En Chile, en mayo del mismo año, las protestas en Santiago contra el acoso sexual en las universidades derivaron en irrupciones multitudinarias durante semanas. Desde las redes sociales, etiquetas como #MiPrimerAcoso, #MeToo o #SiMeMatan hicieron posible un contagio transnacional como proceso de toma de la palabra y catarsis colectiva con efectos en los juzgados, calles y escuelas (Esquivel, 2020).

En octubre de 2017, alrededor del hashtag #MeToo iniciaron las denuncias contra las agresiones sexuales del productor de cine estadounidense Harvey Weinstein que desencadenaron un desbordamiento de casos. #MeToo fue twiteada medio millón de veces el 16 de octubre de 2017 y repetida por 4,7 millones de personas en 12 millones de entradas en redes digitales las primeras 24 horas (Rovira, 2017). El hashtag se extendió a 85 países, con traducciones como #YoTambién, #BalanceTonPorc, #MoiAussi, etc. (<https://metoomvmt.org/>).

Es así como paulatinamente el movimiento feminista se ha manifestado y ha hecho público una serie de temas que has trastocado las relaciones sociales. Han propiciado que se discutan las estructuras sociales patriarcales y se visibilicen las prácticas de las mujeres en sus roles sociales.

Los movimientos feministas en México han creado campañas virales utilizando hashtags específicos para destacar temas importantes relacionados con la violencia de género, el acoso sexual, los feminicidios y otros problemas que afectan a las mujeres. Algunos ejemplos de hashtags utilizados en México incluyen #NiUnaMenos, #VivasNosQueremos, #NoEsNo, #UnDíaSinNosotras, entre otros.

Durante la pandemia de COVID-19, los movimientos feministas de todo el mundo, incluidos los de México, utilizaron las redes sociales de diversas formas para adaptarse al nuevo contexto y seguir promoviendo sus objetivos. Las redes sociales se utilizaron para facilitar la comunicación y el apoyo mutuo entre las activistas feministas y defensoras de los derechos de las mujeres. Los grupos feministas crearon espacios en línea donde se compartían recursos, información y estrategias para enfrentar los desafíos específicos que surgieron durante la pandemia.

En el contexto de la pandemia, días después de la marcha feminista #8M y el #9M en 2020, se dio el confinamiento en todo el país, lo cual obstaculizó la continuidad del movimiento en las calles. Sin embargo, continuó con otras dinámicas en las redes sociales y en el espacio público digital.

Durante la pandemia de COVID-19 algunos de los hashtags utilizados en Twitter fueron los siguientes:

1. #FeminismoEnCasa
2. #CuarentenaFeminista
3. #NiUnaMenos
4. #ViolenciaDeGéneroNoSeQuedaEnCasa
5. #MujeresEnLucha
6. #FemicidiosNoPandemia
7. #NosotrasTenemosOtrosDatos
8. #SororidadEnCuarentena
9. #CuidadosFeministas
10. #MujeresIndígenas
11. #FeminismoComunitario
12. #DesigualdadDeGénero
13. #MujeresAlFrente
14. #FeminismoLatinoamericano
15. #FeminismoMexicano
16. #MujeresEmpoderadas
17. #FeminismoDigital
18. #MujeresEnLaCrisis
19. #FeminismoYSalud

20. #CuarentenaSinViolencia
21. #NosQueremosSeguras
22. #NiUnaMenos
23. #NosEstanMatando

Estos hashtags ayudaron a las activistas feministas a visibilizar los impactos de la pandemia en las mujeres, denunciar la violencia de género y promover la igualdad en medio de la crisis sanitaria.

Uno de los hashtag más visibles e importantes fue el de #NosotrasTenemosOtrosDatos comenzó a utilizarse en redes sociales en México en 2019, como respuesta a las declaraciones del Presidente de México Andrés Manuel López Obrador y otras figuras públicas que minimizaron o negaban la realidad de la violencia de género y los feminicidios en el país.

El hashtag se popularizó durante el movimiento feminista que cobró fuerza en México a partir del caso de Ingrid Escamilla, una joven mujer asesinada y mutilada en febrero de 2020. En medio de las protestas y las discusiones sobre la violencia de género y los feminicidios, el hashtag #NosotrasTenemosOtrosDatos se convirtió en una manera de denunciar la desinformación, cuestionar la narrativa oficial y poner de relieve la urgente necesidad de abordar los problemas de género en el país.

Las prácticas feministas digitales alrededor de los hashtags, permiten formas específicas de conexión y potencian la acción colectiva. A través de diferentes discursos y plataformas, el movimiento feminista digital se ha podido conectar y enunciar diversas problemáticas de violencia, también ha podido construir colectivos que funcionan como especie de terapias grupales que brindan apoyo, comprensión, sororidad y también soluciones (Mendes et al., 2019).

El 2020, primer año de pandemia, se registró como el año más violento para niñas, adolescentes y mujeres en México a nivel nacional desde 2015 (García, 2021). El confinamiento forzoso para evitar la propagación del coronavirus se convirtió en el contexto ideal para el desarrollo de la violencia, expresiones como “no nos sentimos seguras”; “el Estado debe garantizar la vida de las mujeres y es fundamental que las Instituciones implementen su trabajo”, “las mujeres no están muriendo por el contagio

de la COVID-19, sino por la violencia machista y feminicida; dentro de sus hogares, a manos de sus parejas y familiares”; y “la pandemia de la COVID-19 ha reflejado las brecha de desigualdad que enfrentan las mujeres, quienes están más expuestas y son más afectadas económicamente” (García, 2021, p. 83).

Sin embargo, la acción creativa por parte de las mujeres no solo se quedó en visibilizar la violencia a partir de la viralización y construcción de hashtags. También observamos un despliegue de conversatorios en línea, debates en vivo y posteos en Twitter y Facebook relacionados a las problemáticas de violencia contra las mujeres y la búsqueda de soluciones. Tal es el caso de estudio de esta investigación, el colectivo feminista Abogadas con Glitter, que durante la pandemia desarrollaron una serie de acciones colectivas que tuvieron el fin de apoyar a mujeres con vulnerabilidad económica, física, problemas legales y de violencia.

Las activistas y abogadas que forman parte de Abogadas con Glitter buscaron visibilizar los casos de feminicidio, violencia de género y discriminación que estaban ocurriendo en tiempos de pandemia. Esta visibilidad la consiguieron a través de posteos en su perfil de Facebook. Una mirada etnográfica digital nos permitió clasificar sus contenidos:

1. **Publicación de Contenido Visual:** El movimiento comparte imágenes y videos que muestran cómo esparcen glitter en lugares públicos, creando un impacto visual que llama la atención de los seguidores y del público en general.
2. **Historias Personales:** Comparten historias personales de mujeres que han sido víctimas de violencia de género para dar voz a las experiencias reales y crear empatía entre la audiencia.
3. **Campañas de Concientización:** Crean campañas específicas para abordar temas particulares relacionados con la violencia de género, utilizando hashtags relevantes para agrupar y seguir las conversaciones.
4. **Uso de Hashtags:** Utilizan hashtags populares y específicos para llegar a una audiencia más amplia y unirse a conversaciones relevantes. Los hashtags ayudan a que su contenido sea más fácil de encontrar y compartir.
5. **Interacción con la Audiencia:** Responden a comentarios y mensajes directos, lo que fomenta la interacción y la conversación con sus seguidores. Esto puede incluir responder preguntas, proporcionar información y brindar apoyo emocional.

6. **Compartir Recursos:** Comparten recursos legales, números de emergencia y otros materiales útiles para que las mujeres que enfrentan situaciones de violencia puedan acceder a la ayuda que necesitan.
7. **Invitación a Eventos:** Anuncian manifestaciones, protestas, talleres y otros eventos en línea y fuera de línea, para involucrar a la audiencia y motivar su participación.
8. **Retransmisión de Acciones en Vivo:** Durante las acciones públicas, pueden transmitir en vivo a través de plataformas como Facebook para que los seguidores puedan unirse virtualmente y ver las actividades en tiempo real.
9. **Colaboración con Otros Movimientos:** Pueden colaborar con otros movimientos feministas y organizaciones para amplificar su alcance y construir una comunidad más fuerte en línea.
10. **Contenido Educativo:** Comparten información educativa sobre temas de género, derechos de las mujeres, leyes y otros aspectos relevantes para aumentar la conciencia y el conocimiento de su audiencia.

Hay varios colectivos feministas en México que comparten similitudes en términos de su enfoque en la lucha contra la violencia de género, la desigualdad y la promoción de los derechos de las mujeres. Colectivos que se transforman en poderosas redes de solidaridad comunitaria que se desplazan de las redes sociales a la calle. Aquí hay algunos ejemplos:

**Marea Verde México:** Este colectivo se enfoca en la lucha por los derechos reproductivos y la legalización del aborto en todo el país. Utilizan el color verde como símbolo de su causa y han estado activos en la lucha por la despenalización del aborto.

**Ni Una Menos México:** Inspirado en el movimiento argentino del mismo nombre, Ni Una Menos México se concentra en denunciar y combatir la violencia de género y los feminicidios. Organizan protestas y acciones para visibilizar este problema.

**Las Brujas del Mar:** Se trata de un colectivo que utiliza la creatividad y la sátira para expresar mensajes feministas. Han creado campañas virales y mensajes impactantes en línea para denunciar la violencia de género y la misoginia.

**Feminismo Incendiario:** Este colectivo busca cuestionar y desafiar las estructuras patriarcales a través de la acción directa y la protesta. Participan en manifestaciones y acciones públicas para destacar la necesidad de un cambio radical en la sociedad.

**Vivas Nos Queremos:** Se dedican a la denuncia de la violencia de género y la promoción de la seguridad de las mujeres. Han llevado a cabo diversas acciones, incluyendo la pintura de murales y la organización de marchas.

**Feministas Unidas de la Ciudad de México:** Este colectivo se concentra en cuestiones como la igualdad de género, la violencia de género y la educación feminista. Organizan charlas, talleres y actividades para fomentar la conciencia y el empoderamiento.

**Mujeres Libres:** Trabajan en la promoción de la autonomía de las mujeres y la lucha contra la opresión de género. Centran su trabajo en la educación feminista y la organización comunitaria.

**Crianza Feminista:** Abordan el feminismo desde la perspectiva de la maternidad y la crianza, promoviendo una crianza igualitaria y libre de estereotipos de género.

Estos son solo algunos ejemplos de los muchos colectivos feministas activos en México. Cada uno tiene su propio enfoque y estilo de activismo, pero comparten la lucha común por la igualdad de género y la justicia para las mujeres.

## **Metodología**

Al ser acciones colectivas que ya sucedieron o están sucediendo, la reconstrucción y el análisis histórico en este trabajo resulta muy importante, será de gran valor la información que brinde la etnografía digital (búsqueda en el perfil de Facebook de Abogadas con Glitter en el periodo que va de abril de 2020 a diciembre 2022).

La metodología planteada recurre a la etnografía digital como técnica de investigación (Hine, 2004; Marcus, 2018). En el caso de esta investigación es importante el estudio del espacio digital online para poder estudiar las Redes de Solidaridad Comunitaria. Es importante analizar su desarrollo y los flujos comunicativos en el espacio digital y estudiar los impactos y formas de acción en el espacio físico. En este sentido, recuperamos aportes nodales que se han hecho en los últimos años en relación a las aplicaciones etnográficas vinculadas a los mundos online y offline (Ardèvol & Gómez-Cruz, 2012; Hine, 2004; Pink et al., 2015).

Si tuviéramos que definir el campo de la Etnografía digital de una manera sintética y clara podríamos decir que se trata de:



Una metodología interesada en indagar y reflexionar tanto al mundo contemporáneo como a la relación con nuestros sujetos de estudio mediatizados digitalmente. Por un lado, en cuanto al mundo digitalmente mediatizado, el abordaje se orientaría a objetos de estudio atravesados por lo digital, intentando ir más allá de aquello que se ve en la superficie: dispositivos digitales de todo el mundo relacionándose de manera dinámica y continua, nuevas prácticas de interacción y formas de ser y estar. (Di Prospero & Daza, 2019, p 66)

Esto implica que el acercamiento a los sujetos y fenómenos de investigación se da a través de comunicaciones mediadas digitalmente,

podemos estar mirando digitalmente lo que ellos hacen, podemos preguntar si nos aceptan en sus redes sociales, escuchar puede implicar leer o percibir y comunicar de otras formas, podemos observar y ser observados al mismo tiempo, la toma de notas etnográficas puede ser reemplazada por videos, audios, fotografía o blogs. En este sentido, se trata de explorar las consecuencias de la presencia de las comunicaciones mediadas dando forma a nuevas técnicas a través de las cuales practicamos la etnografía. (Di Prospero & Daza, 2019, p 66)

Hoy sabemos que la experiencia etnográfica no sólo se cumple con estar físicamente. También se accede al campo de manera remota por medio de una video llamada, o de un chat, de manera virtual apropiando una plataforma social para interactuar o de forma imaginaria con la misión de volver a reconstruir una situación dada (Pink et al., 2015). La etnografía digital no pretende poner al centro a la tecnología sino las personas en sus formas de relacionarse y de apropiar la tecnología, en este caso con lo digital. Con la etnografía digital multisituada la pregunta no va dirigida sobre la manera en que el internet cambia a las personas sino en las formas en que las personas modificamos al internet y lo apropiamos densamente (Di Prospero, 2017).

Al privilegiar la etnografía digital la investigación entra en el paraguas de las investigaciones cualitativas, lo cual determina un modo de enfrentar el problema de investigación y una forma de buscar las respuestas. Para Taylor y Bogdan, la investigación cualitativa se caracteriza por su intención de “comprender la conducta humana desde el propio marco de referencia de quien actúa”. (Taylor & Bogdan, 1987, p. 2).

La utilización de técnicas de investigación digitales, la habilitación de nuevas maneras de mirar/participar/observar –de forma reflexiva– (Guber, 2014) nos permite indagar y profundizar en los objetivos de la investigación y así poder dar luz y construir teóricamente la categoría de las Redes de Solidaridad Comunitaria.

El acercamiento al espacio digital puede hacerse de dos formas: como fenómeno y como soporte metodológico. El primero privilegia conocer las experiencias de uso y las distintas apropiaciones. El segundo busca ser un soporte metodológico para otros problemas de investigación, utilizando la plataforma para hacer entrevistas, observación participante u observar algún fenómeno.

En este trabajo nos apropiaremos de la plataforma, la abordamos como un campo etnográfico de relaciones sociales en línea. Siguiendo a Sarah Pink et al. (2015), nos alineamos con una etnografía digital que se desmarca de una posición digital-céntrica. Nuestra metodología incluye la comprensión de la etnografía digital como un continuo del trabajo de campo, de manera que ésta no establezca dicotomías fijas entre los ámbitos online y offline, de formas que no hay diferencias sustantivas, sólo tipos distintos de ambiente y formas de co-presencia (Ardévol & Gómez-Cruz, 2012; Di Próspero, 2016).

Recapitulando, el camino que transita la metodología es desde la etnografía digital (García et al. 2009; Gómez & Ardévol, 2013; Hine, 2015). La selección de las herramientas metodológicas, giran en torno a los objetivos y preguntas planteadas al principio de la investigación. De esta manera, los ejes de reflexión tanto teóricos como metodológicos se proponen analizar las estrategias de comunicación, difusión, organización que utilizó Abogadas con Glitter para lograr que su perfil de Facebook funcionara como escenario de difusión, solidaridad ciudadana y ser un caso de estudio para abordar la discusión teórica de las Redes de Solidaridad Comunitaria en tiempos de COVID-19.

Así, al principio de esta investigación definimos lo qué es una Red de Solidaridad Comunitaria, ahora toca explicar y analizar de qué manera el colectivo Abogadas con Glitter logró funcionar bajo este modelo en su cuenta de Facebook. También, queremos identificar las problemáticas sobre violencia que se ahondaron o se hicieron visibles durante la pandemia entre las mujeres mexicanas y cuál fue la respuesta que brindó Abogadas con Glitter.

Partimos que la delimitación y la construcción del campo desde una perspectiva etnográfica es una construcción del investigador (Hine, 2000, 2015) y que deviene de los objetivos planteados, así se decidió el espacio temporal que va de abril del 2020 (inicio de la pandemia) a diciembre 2021, temporalidad que se caracteriza por ser la más crítica de la pandemia.

El campo de estudio es el perfil de Facebook de Abogadas con Glitter ya que es a través de esta red donde el colectivo comparte información y desarrolla una mayor interacción con sus seguidores. Actualmente Abogadas con Glitter tiene 222 mil seguidores.

Facebook no solo es un medio social y una red de contacto, es un lugar donde suceden prácticas culturales que construyen acciones y significados. Estudiar una red social como Facebook es adentrarse a una infinidad de contenidos dignos de estudio.

Durante 2020-2021 se publicaron en el perfil de Facebook de Abogadas con Glitter 1,153 posteos: 583 en 2020 y 570 en 2021, de este total 102 posteos están vinculados con violencia de género, pandemia, aislamiento y COVID-19 lo que representa el 17.5%.

Nos centramos en los posteos como espacio de producción de discursos. Nuestra unidad de análisis está basada en el posteo, entendido como la publicación realizada en Facebook. El posteo se constituye como un dispositivo discursivo, que tiene ciertas características y funciones. En relación con su forma estructural, se trata de una publicación que puede contener texto y ser acompañado de imágenes, video, audio, hipervínculos, hashtags que permiten seguir conversaciones; puede ser el posteo compartido de otra publicación de otra cuenta, la respuesta a un posteo anterior o posteo alojado dentro de otro posteo.

A continuación se presenta el cuadro de observación etnográfica, el objetivo es establecer los parámetros e indicadores de análisis, lo cual permite profundizar en el discurso y describirlo teniendo en cuenta el punto de vista de quienes lo viven.

**Tabla 1**

Tipo de posteo	Cuerpo del posteo	Comentarios al posteo	Análisis
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Texto, imágenes, video, audio,</li> <li>· Hipervínculos, hashtags</li> <li>· Posteo orgánico</li> <li>· Posteo compartido de otra de otra cuenta</li> <li>· Posteo alojado dentro de otro posteo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Violencia/pandemia</li> <li>· Violencia psicológica</li> <li>· Violencia física</li> <li>· Violencia patrimonial</li> <li>· Violencia económica</li> <li>· Violencia sexual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Solidaridad</li> <li>· Denuncia</li> <li>· Experiencias de violencia</li> <li>· Asesoría</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Concientización violencia</li> <li>· Denuncia de Violencia</li> <li>· Tipos de violencia</li> <li>· Denuncia</li> <li>· Ayuda/apoyo</li> <li>· Asesoramiento digital</li> <li>· Movilización</li> <li>· Apoyo emocional</li> </ul>

Para establecer los diferentes tipos de violencia se tomaron en cuenta las herramientas conceptuales de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia que tipifica la violencia en cinco categorías:

a) Violencia psicológica: Es cualquier acto u omisión que dañe la estabilidad psicológica, que puede consistir en: negligencia, abandono, descuido reiterado, celotipia, insultos, humillaciones, devaluación, marginación, indiferencia, infidelidad, comparaciones destructivas, rechazo, restricción a la autodeterminación y amenazas, las cuales conllevan a la víctima a la depresión, al aislamiento, a la devaluación de su autoestima e incluso al suicidio (Cámara de Diputados, 2018).

b) Violencia física: Es cualquier acto que inflige daño o no accidental, usando la fuerza física o algún tipo de arma u objeto que pueda provocar o no lesiones ya sean internas, externas, o ambas (Cámara de Diputados, 2018).

c) Violencia patrimonial: Es cualquier acto u omisión que afecta la supervivencia de la víctima. Se manifiesta en: la transformación, sustracción, destrucción, retención o distracción de objetos, documentos personales, bienes y valores, derechos patrimoniales o recursos económicos destinados a satisfacer sus necesidades y puede abarcar los daños a los bienes comunes o propios de la víctima (Cámara de Diputados, 2018).

d) Violencia económica: Es toda acción u omisión del agresor que afecta la supervivencia económica de la víctima. Se manifiesta a través de limitaciones encaminadas a controlar el ingreso de sus percepciones económicas, así como la percepción de un salario menor por igual trabajo, dentro de un mismo centro laboral (Cámara de Diputados, 2018).

e) Violencia sexual: Es cualquier acto que degrada o daña el cuerpo y/o la sexualidad de la Víctima y que por tanto atenta contra su libertad, dignidad e integridad física. Es una expresión de abuso de poder que implica la supremacía masculina sobre la mujer, al denigrar y concebirla como objeto (Cámara de Diputados, 2018).

## **Presentación de hallazgos**

El siguiente apartado, se propone mostrar los hallazgos obtenidos a partir de la etnografía digital para dar cuenta de cómo el perfil de Facebook Abogadas con

Glitter, abordó el tema de violencia en tiempos de pandemia de COVID-19 en su perfil de Facebook y de cómo estas narrativas generaron Redes de Solidaridad Comunitaria.

Una primera observación etnográfica al perfil de Facebook de Abogadas con Glitter, nos permitió evidenciar que son dos los ejes importantes de observación: 1) el análisis de los posteos de las administradoras del perfil de Facebook y 2) la narración de la experiencia de violencia de las mujeres en los comentarios a estos posteos. Esta narración la consideramos clave para la investigación ya que devela las condiciones de violencia y las estrategias de solidaridad que se construyeron a partir de estas.

Son 102 posteos que sitúan la experiencia de violencia que vivieron las mujeres en tiempos de pandemia. Por cuestiones de espacio no presentamos cada uno de ellos. Para esto utilizamos el cuadro presentado en el apartado anterior, el cual nos permitirá agrupar, clasificar y observar de mejor forma el contenido de los posteos.

Para un mejor análisis desglosamos los cuatro indicadores: Tipo de posteo, Cuerpo del posteo, Comentarios al posteo, Análisis del posteo y graficamos para una mejor visualización.

Comenzamos con Tipo de posteo: de los 102 posteos, 78 son posteos orgánicos, lo que indica que el 79% de los contenidos son elaborados por el colectivo Abogadas con Glitter. 24 son reposteos lo que representa el 21%. Estas cifras revelan el gran trabajo de elaboración de contenidos de Abogadas con Glitter.

71% de los posteos comparten texto e imágenes, una estrategia efectiva para comunicar ideas. El 31% es solo texto, una cifra alta para los estándares de visibilidad en una red social como Facebook. También observamos la utilización de pocos memes, un 5% representan este dispositivo actual de información y que es poco utilizado por el perfil, aún así, como lo veremos en el siguiente indicador esto no afecta la atención de los posteos o lo afecta de forma mínima.

Al igual que la poca utilización de memes, hay poca utilización de hashtags 24%, aún cuando estos permiten la mejor identificación, clasificación y organización de los temas; lo que produce una mejor búsqueda y difusión de un tema específico.

De 102 posteos, 23 utilizaron un enlace hacia otro texto. Estos hipervínculos eran de carácter externo, es decir, vinculaban hacia textos de otras páginas ajenas a Abogadas con Glitter, que en general enriquecen con información y brindan distintas perspectivas e información sobre violencia de género.

Cuerpo del Posteo. En este indicador nos concentramos en los contenidos de los posteos, la intención acorde con los objetivos de la investigación es identificar las problemáticas de violencia que se agudizaron durante la pandemia de COVID-19, así desglosamos diferentes tipos de violencia: Física, psicológica, patrimonial, económica, doméstica, sexual, laboral, feminicidio, digital, vicaría.

Violencia Física 36.7%  
Violencia Psicológica 14.7%  
Violencia Doméstica 11.7%  
Violencia Sexual 10.7%  
Violencia Patrimonial 6.8%  
Violencia Laboral 6.8%  
Feminicidio 5.8%  
Violencia Económica 3%  
Violencia Digital 1.9%  
Violencia Vicaría 1.9%

De los datos, sobresale como el primer lugar la violencia física con un poco más del 36%. Ante el confinamiento en los hogares a causa de la pandemia, muchas mujeres se vieron amenazadas y agredidas físicamente. En este contexto surgen hashtags como #CuarentenaViolenta y #NosotrasTenemosOtrosDatos.

Con 14.9% se encuentran los posteos sobre violencia psicológica. Aunado a la incertidumbre emocional que provocaba la pandemia, la violencia psicológica apareció a través de insultos, humillaciones, devaluación, marginación.

La violencia doméstica aparece con un 11.7% fue de las formas de violencia que más se difundieron en los posteos ya que en la realidad fue una de las formas de violencia más extendidas, mujeres que tenían que cumplir con su jornada laboral, con el cuidado de los hijos, con las tareas del hogar.

Después aparece la violencia sexual, patrimonial, feminicidios, económica, digital y por último la violencia vicaría.

Comentarios. Una parte muy importante de la investigación es el estudio y análisis de los comentarios a los posteos. En los comentarios se desarrollaron narrativas

sumamente importantes para la investigación, es aquí donde se visualizan comentarios de solidaridad, denuncia, experiencias de violencia, se brinda asesoría, apoyo.

De los 102 posteos analizados, 90 tienen comentarios y retroalimentación, hablamos de un 88% que tienen interacción, esto habla de seguidores del perfil muy activos. De los 102 posteos sólo 12 no cuentan con comentarios pero si tienen alguna reacción de me gusta o reposteo. Ningún posteo estudiado fue totalmente indiferente a los seguidor@s.

De los 102 posteos, 91 fueron reposteados en distintos perfiles de Facebook. Hablamos del 90% de los posteos, esto indica la construcción de redes de información, difusión y viralidad.

Clasificar y contabilizar los comentarios resultó una tarea exhaustiva, ya que un posteo puede contener cualquier tipo de comentario. Intentando contabilizar en porcentajes encontramos lo siguiente:

- Comentarios de solidaridad 33%
- Comentarios de denuncia 24%
- Narraciones de experiencia de violencia 18%
- Apoyo 13%
- Asesoría 12%

Análisis. Después de realizar la etnografía digital en el perfil de Facebook de Abogadas con Glitter en el periodo de tiempo 2020-2021 y establecer 102 posteos como cuerpo de estudio ya que en estos se aborda el tema de violencia y pandemia, podemos evidenciar algunos puntos:

En la mayoría de los posteos hay una intención de concientización de las distintas formas de violencia. Hay un afán pedagógico por educar sobre las distintas formas de violencia y que estas no se limitan a la violencia física o sexual. En los posteos se abordan distintas formas de violencia que son enunciadas por Abogadas con Glitter y reflexionadas y comentadas por sus seguidoras y seguidores.

Aunado a esta intención pedagógica está la denuncia de las distintas formas de violencia. La denuncia a través de los posteos o en los comentarios, construyó una interesante exposición de experiencias personales, lo que provocó diferentes formas

de solidaridad y apoyo en el espacio público digital y en algunos casos en movilizaciones sociales de protesta en el espacio físico.

## **Conclusiones**

Durante la pandemia de COVID 19, las Redes de Solidaridad Comunitaria han jugado un papel especialmente relevante en el plano de la solidaridad para garantizar que las personas más vulnerables o víctimas de violencia no fueran abandonadas.

Esta Revalorización de acciones de solidaridad tanto en las comunidades físicas y digitales a nivel nacional e internacional, han reactivado los mecanismos tradicionales de organización de pactos sociales y comunitarios basados en asociaciones solidarias entre personas de zonas urbanas y rurales.

La teoría de los movimientos sociales ha descuidado el análisis de estas iniciativas locales y comunitarias, en razón de que no atienden transformaciones estructurales e institucionales y solo se centran en resolver deficiencias o carencias momentáneas. Sin embargo, como hemos tratado de demostrar en este trabajo, las Redes de Solidaridad Comunitaria se convierten en pedagogías y desarrollan culturas de participación y emancipación colectiva, que promueven visiones antagónicas al individualismo.

En el caso de estudio abordado, evidenciamos como el perfil de Facebook de Abogadas con Glitter funcionó durante la pandemia como una importante Red de Solidaridad Comunitaria.

Funcionó como un lugar donde los posteos tenían una labor pedagógica de evidenciar distintas formas de violencia y los comentarios a los posteos visibilizaban experiencias de violencia, solidaridad, apoyo, construcciones de redes de ayuda.

Al final estas narraciones (posteos y comentarios) funcionan como dispositivos de resistencia al hacer pública la violencia generan conocimiento y formas de solidaridad.

## **Referencias**

Alva, A. (2020). Escenarios y Desafíos de la ciudadanía digital en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*.



- Ardevol, E., & Gómez E. (2012). *Las tecnologías Digitales en el proceso de investigación social: Reflexiones teóricas y metodológicas desde la etnografía virtual*. Fundación CIDOB.
- Bringel, B., & Pleyers, G. (2020). *Alerta global. Políticas, movimientos sociales y futuros en disputa en tiempos de pandemia*. CLACSO.
- Candón, J. (2021). Democracia deliberativa en los cibermovimientos sociales contemporáneos. *Athenea Digital*, 21(3), e2781. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2781>
- Candón, J. (2022). *Del activismo político al asistencialismo social en tiempos de pandemia: La Red de Apoyo Mutuo de Sevilla (RAMUCA)*. Universidad de Sevilla.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Di Prospero, C., & Daza, D. (2019). Etnografías de lo Digital: Reflexiones y experiencias multisituadas y (des) Situadas. Etnografías. *Revista del Centro de Estudios en Antropología*.
- Esquivel, D. (2020). *#MiPrimerAcoso en Twitter como politización de la experiencia y táctica de Resistencia ante la violencia contra las mujeres en la CDMX* [Tesis para optar al Grado de Maestra en Comunicación, UNAM].
- García, L. (2021). Análisis de la protesta digital #NosotrasTenemosOtrosdatos en Twitter durante la pandemia de COVID-19. *Global Media Journal México*, 18(35), 71-94.
- Gravante, T., Regalado, J., & Poma A. (2022). *Viralizar la esperanza en la ciudad. Alternativas, resistencias y autocuidado colectivo frente a la COVID 19 y a la crisis socio ambiental*. UNAM, CEICH.
- Guber, R. (Comp.). (2014). (Comp). *Prácticas etnográficas. Ejercicios de reflexividad de antropólogos de campo*. Miño y Dávila.

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. UOC.

Melucci, A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El Colegio de México.

Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2015). *Digital Ethnography. Principles and Practice*. SAGE.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2020). Manual para la creación de redes comunitarias de mujeres Metodología basada en la sororidad, empoderamiento y sentido de comunidad para la prevención de la violencia de género.

Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Gedisa.

Rovira, G. (2017). El devenir feminista de la acción colectiva: las redes digitales y la política de prefiguración de las multitudes conectadas. *Teknokultura*, 15(2).

Sierra, F. (2011). *Ciudadanía, Comunicación y Ciberdemocracia. Una lectura crítica de la comunicación y el desarrollo social*. COMPOLITICAS.

Tilly, C. (1995). Los movimientos sociales como agrupaciones históricamente específicas de actuaciones políticas. *Revista Sociológica*, (28).

Toret, J. (2013). *Tecno—política: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Universitat Oberta de Catalunya, Datanalysis15M.

Trejo, R. (2011). ¿Hacia una política 2.0? Potencialidades y límites de la red de redes. *Revista Nueva Sociedad*, (235).

## **ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE MIGRANTES VENEZOLANOS ESTABLECIDOS E INDOCUMENTADOS Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIODIGITALES EN MÉXICO**

Claudia Pérez Flores  
[claudia.perez.flores@icloud.com](mailto:claudia.perez.flores@icloud.com)

Universidad Anáhuac México

José Luis Flores Torres  
[jluisflorest.15@gmail.com](mailto:jluisflorest.15@gmail.com)

Universidad Multicultural CUDEC

La migración procedente de Venezuela es una de las más representativas en México considerando a la población migrante regular e irregular. El Instituto Nacional de Geografía Estadística e Historia (INEGI, 2020), en el año 2000 registró 2,823 venezolanos radicados en México, para el 2010 se identificaron 10 mil 63 y en el 2020, 52,948. Este registro comprende a la migración regular y establecida formalmente en México y no considera a la migración irregular que transita o se establece de manera temporal en los refugios, lo que dificulta que se lleve un registro formal.

Algunas de las circunstancias por las que los venezolanos deciden emigrar o transitar por México son: la violencia, la falta de oportunidades laborales y la crisis social, política y económica del país.

Esta crisis migratoria coincide con la llegada a la presidencia de Hugo Chávez que impactó en el entorno económico y laboral de miles de venezolanos. En un principio, esta crisis se presentó desde una perspectiva ideológica por parte de los venezolanos que estaban en desacuerdo con la propuesta del gobierno chavista, lo que detonó en una primera ola migratoria que tenían el poder adquisitivo para emigrar. Con el tiempo y con la muerte de Hugo Chávez en 2013, se agudizó la crisis económica en Venezuela ocasionando una segunda ola migratoria integrada por personas con menos recursos

económicos que buscaron como lugares de destino países vecinos como Colombia y Perú, otra parte de la población se sintió atraída por el “sueño americano” para llegar a los Estados Unidos transitando por México.

Como resultado, el flujo migratorio de venezolanos en México se presenta de manera regular e irregular. La Organización Internacional para las Migraciones (OIM, 2024) define a la migración como el movimiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual, ya sea a través de una frontera internacional o dentro de un país. La migración regular u ordenada es el movimiento de personas que se ajusta a las leyes y normas que rigen la salida, la entrada, el retorno y la permanencia en los países, así como a las obligaciones que incumben a los Estados en virtud del derecho internacional, y que se produce en un contexto en el que se preserva la dignidad humana y el bienestar de los migrantes; se respetan, protegen y hacen efectivos sus derechos; y se detectan y mitigan los riesgos asociados a la circulación de personas. La migración irregular es el movimiento de personas que se produce al margen de las leyes, las normas o los acuerdos internacionales que rigen la entrada o la salida del país de origen, de tránsito o de destino.

En ese sentido, la migración de venezolanos comprende tanto a las personas que eligen a México como una opción para poder radicar o trabajar y quienes ven a México como un país de paso para llegar a los Estados Unidos. Desde esta perspectiva, la distinción entre la migración regular e irregular presenta diferentes matices por ejemplo: la migración regular se traslada principalmente en avión y busca regularizar su situación migratoria para incorporarse en un trabajo formal mientras que la migración irregular transita a pie hasta por nueve países para llegar a México y no creen necesario regularizar su situación o no es su prioridad.

Por esto mismo, los migrantes irregulares son más vulnerables al estar marginados de servicios de salud, vivienda, inserción al mercado laboral y están más expuestos a la discriminación y a la violencia de grupos criminales durante todo el trayecto que pone en peligro su vida como en la Selva del Darién, una de las regiones más peligrosas para la migración irregular.

Uno de los aspectos en los que coinciden ambas formas de migración es que utilizan las redes sociodigitales como Facebook, esta interacción con la tecnología distingue a estas migraciones de las de otras épocas lo cual Manuel Castells

ha denominado como sociedad red. Sin embargo, si bien tanto la migración regular como la irregular interactúan con la tecnología, su uso difiere entre ambos grupos.

La migración regular accede con mayor accesibilidad a datos en diferentes espacios físicos mientras que la migración irregular recarga saldos, tiene conectividad limitada o nula, lo cual obstaculiza no sólo la comunicación sino lo que comparte y esto determina la manera en que los migrantes se sitúan e interpretan su realidad.

Pensar que la tecnología per se transforma lo social es un ideal que se ha concebido desde diferentes aportaciones comunicativas, no obstante, la realidad rebasa no sólo la apropiación y el entendimiento tecnológico sino las prácticas culturales que se representan a través de éstas tecnologías. Hoy no solo se utiliza el celular para hablar, se imbrican otras representaciones comunicativas simbólicas a través de la voz, datos, texto y mensajes multimedia.

El uso que se le da a ese repertorio tecnológico varía incluso desde el espacio de la glocalidad y los contextos durante el tránsito de la migración. En México por ejemplo para la migración regular la conectividad los acompaña en su cotidianidad mientras que la migración irregular es intermitente y le antecede el salvaguardar la vida. Como se aprecia, el uso de la tecnología no siempre favorece la interacción para el bienestar de las personas migrantes, existe una diferencia significativa entre ambos grupos a pesar de compartir la misma nacionalidad.

## **Fundamentación Teórica**

La fundamentación teórica de este estudio se encuentra en la teoría de la sociedad de la información la cual establece que el principal valor en las sociedades modernas es la información que poseemos y esto es fundamental para la persona migrante quien requiere de plataformas informativas para estar en contacto con sus familiares, para la generación de redes de apoyo, para incorporarse al nuevo entorno geográfico y cultural en la búsqueda de trabajo y en su interacción cotidiana. O bien, como señalan Rivera y Valdez (2016, p. 1) “una de las principales funciones de las redes sociales en el proceso migratorio es conectar a los individuos desde el lugar de origen con el lugar de destino”.

El término sociedad de la información, según refiere Manuel Castells (1999), corresponde al surgimiento de una nueva estructura social, una era que facilita el

comercio y la organización de la producción a escala global. Lo que propicia de forma acelerada nuevas formas de interacción, interconexión y comunicación.

La incorporación de las redes sociodigitales ha generado un cambio en las dinámicas de migración actual pues lo digital, más que ser solo una herramienta de comunicación, se convierte en un factor que puede influir poderosamente en la mejor incorporación de los migrantes al nuevo entorno de residencia.

No obstante, esta influencia dista de la realidad ya que mientras que para la migración regular la interacción a través de la tecnología les favorece para ampliar su red de apoyo e incluso mejorar su bienestar como por ejemplo encontrar casa o insertarse en el campo laboral de manera más rápida para la migración irregular esta interacción se limita al contacto con su familia para dar a conocer su situación migratoria durante el tránsito por México.

Así mismo, retomar la aportación de Manuel Castells (1999), es valioso toda vez que como parte del espacio físico de la migración interviene el espacio social, es decir, lo urbano en el que se mueven las nuevas ciudadanías y que incorpora no solo la tecnología, sino también aspectos económicos, de interacción y conectividad.

Para conceptualizar la sociedad red, se sugiere que se sitúe en el mundo actual, es decir, un mundo cambiante que Castells concibe como el atravesar la cuarta revolución industrial.

Desde esa concepción, las formas en las que interactuamos han cambiado por la automatización, pero también por los fenómenos que enfrenta el mundo, el *home office*, las videoconferencias, los mensajes instantáneos, la forma en que nos enamoramos y en sí, la forma en la que estamos y entendemos el mundo.

Desde su perspectiva conceptual Manuel Castells explica cómo es que el nacimiento y desarrollo de las tecnologías digitales forjó cambios tan profundos en el mundo que impactan no solamente en los procesos económicos y de producción, sino en la manera en la que las personas viven diversos aspectos de su cotidianidad.

De acuerdo con Castells, en este nuevo paradigma tecnológico (2009), “los individuos están reconstruyendo el modelo de interacción social con la ayuda de las nuevas posibilidades tecnológicas para crear un nuevo modelo de sociedad: la sociedad red” (p. 154).

Desde los años sesenta del siglo XX se empezaron a gestar una serie de cambios no solo en el ámbito de la tecnología sino, como lo señala Manuel Castells (2001), “surgió un nuevo modelo socio-técnico” (p. 19). Este entorno produjo a su vez cambios que no han sido solo tecnológicos, sino sociales, culturales y, desde luego, económicos que han impactado en los procesos de producción, distribución y consumo de productos.

En este sentido, fenómenos como la comunicación social y la migración de personas empezaron a vivirse desde nuevos derroteros. Esto se ha debido, entre otras cosas, a que no pocos migrantes empezaron a utilizar las tecnologías digitales como herramientas indispensables en su trayecto.

Es un hecho que la telefonía celular y las redes sociodigitales se han convertido en herramientas que le permite a los migrantes, entre otras cosas, orientar sus rutas, establecer contactos con sus familiares, crear con sus pares y redes de colaboración en el entorno digital. Como lo señalan Rivera y Valdez (2016), “las redes sociales, en el proceso migratorio, son una de las principales causas por las que las migraciones internacionales han perdurado en el tiempo, también son las responsables de que el fenómeno migratorio evolucione y se adapte al contexto contemporáneo” (p. 1).

Este nuevo contexto no nada más se refiere a los cambios tecnológicos, sino sobre todo socioculturales que impactan en la manera en la cual hoy se vive un fenómeno tan viejo como la migración de personas. Para Terceiro y Matías (2001), “la estructura que caracteriza a la sociedad digital se deriva de una serie de cambios sociales y económicos” (p. 51). Esta nueva sociedad ha alterado el tipo de relaciones humanas cuantitativa y cualitativamente.

Es decir, con el arribo de la tecnología digital, se produjeron cambios lo suficientemente profundos para afirmar que el ser humano estaba empezando a transitar del paradigma industrial, a la sociedad de la información o como lo detalla Manuel Castells (2006), “el modelo de sociedad red que tiene su originalidad en el hecho de que se constituye no solo como tecnológico sino al mismo tiempo socio-cultural en donde se establece una sociedad constituida alrededor de las tecnologías de la información basadas en la microelectrónica” (p. 32).

Para entender cabalmente el concepto sociedad red, propuesto por Manuel Castells, se debe considerar que el urbanista español, percibe claramente que la manera en la que conviven lo social, el hombre contemporáneo y la tecnología se

asemeja a la estructura de una red que depende para su funcionamiento de algo que llama conectividad.

Para Castells (2006), “una red es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo, a su vez, es el punto de intersección de una curva. Esto es: puntos de contacto humano y al mismo tiempo ocasión para la generación de diversas formas de interacción comunicativa” (p. 28)

Además, a diferencia de los modelos de organización social en red tradicionales, las redes emanadas de la tecnología digital no poseen ningún centro, sino sólo nodos. Es decir, para Castells (2006), “las redes (tradicionales) eran una extensión del poder centrado en lo alto de las organizaciones verticales que configuraron la historia de la humanidad. En cambio, en las redes emanadas de la cultura digital el poder se encuentra por así decirlo descentralizado y los nodos (es decir, cualquier usuario de la red) pueden tener mayor o menor importancia cuando absorben más información relevante y la procesan más eficientemente” (p. 58)

Tal consideración reviste una gran relevancia desde la perspectiva de la manera en la cual se vive la comunicación a distancia pues en el contexto de las redes sociodigitales, cualquier ser humano podría estar en condiciones de convertirse en ciudadano copartícipe de la cultura de la libertad y la participación propia de una cultura digital que promete enlazar a todos con el mundo.

No obstante, la conectividad o digitalismo, como lo llama Terceiro y Matias (2001), se constituye como factor que a la vez enlaza a algunos y margina a otros. La diferencia radica en la posibilidad de los individuos de estar (o no) conectados y participar en el mundo *online*. El individuo en la sociedad red es nodo que “existe” en tanto pueda vincularse con otras personas a través de la pantalla. Pero estos vínculos en la red en realidad pocas veces llegan a ser tan profundos y duraderos como los que existen en el mundo *offline*.

Es decir, en Internet el migrante estaría en posibilidad de constituirse como nodo/ciudadano/*prosumer* acoplado a la tecnología y con la posibilidad de ser copartícipe de este nuevo modelo de sociedad. El acceso a la tecnología y la profundidad de las relaciones que pueda construir y mantener en las redes sociodigitales habrá de caracterizar su presencia en la sociedad red.



En este ideal, en el que la tecnología podría potencializar lazos para constituirse como ciudadanos, dista para diversos grupos como la migración regular y la migración irregular. Para la primera por ejemplo, la conectividad a internet desde diferentes espacios es más sencillo y útil mientras que para la migración irregular es más complejo por la conectividad, la violencia a la que se enfrenta y los recursos económicos que son escasos o bien expuestos a la extorsión.

En tal sentido Octavio Islas (2005), establece que “los precios de los productos y servicios de alta tecnología que distinguen a la Sociedad de la Ubicuidad, definitivamente, resultan inaccesibles para la inmensa mayoría de personas que vivimos en economías subdesarrolladas” (p. 78).

Otra diferencia entre las redes de organización tradicionales y las de la sociedad red de acuerdo con Manuel Castells (2006), “consiste en que en el entorno contemporáneo la sociedad red es una estructura social que está compuesta por redes potenciadas de tecnologías de la información y de la comunicación basadas en la microelectrónica” (p. 27) Se trata pues de un conjunto de entramados que dependen para su funcionamiento de la tecnología digital la cual no solamente condiciona su existencia, sino que por sus características potencializa su alcance.

Respecto a la sociedad red, Castells señala tres características fundamentales y diferenciadores de la sociedad red (2006, p. 34): Su capacidad autoexpansiva de procesamiento y de comunicación en términos de volumen, complejidad y velocidad; su capacidad para recombinar basada en la digitalización y en la comunicación recurrente, y su flexibilidad de distribución mediante redes interactivas y digitalizadas. Es así como la no existencia de centros resulta ser una de las principales características de la sociedad red, en donde todos los participantes son nodos que, de acuerdo con sus capacidades e intereses, expanden o potencializan sus formas tanto de informar como de atraer información, además de que se recombinan de acuerdo con intereses particulares y/o contextuales y flexibilizan su distribución en relación con los intereses de los usuarios con quienes se suele interactuar.

Es un hecho que, esa máxima ó mínima potencialización de las capacidades de interacción de las relaciones humanas en la red en el migrante depende de factores diversos como la posibilidad de tener consigo alguna tecnología digital, la conectividad, estar en condiciones de construir o ser partícipe de comunidades en línea.

La maximización de las potencialidades de tales redes, podrán medirse entonces con el impacto que pudieran tener tales redes en su vida cotidiana.

De tal manera, para Manuel Castells la comunicación en la sociedad red está forzosamente ligada a la tecnología. Para tal efecto, el propio autor concibe a la comunicación en el entorno de la sociedad red cómo (2006), “interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes a muchas personas, en tiempo real, o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto a punto, estando el alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida” (p. 88).

Así, esta perspectiva de sociedad red está muy relacionada con un modelo de comunicación (también planteado por Castells) distinto al modelo de comunicación circular propio de la comunicación interpersonal y de la comunicación lineal planteada por la Mass Communication Research.

Castells en su propuesta observa un proceso de comunicación multinivel (que incluye lo interpersonal, lo grupal y lo global), reticular, participativo, con formas de retroalimentación diversas y que se adapta a las necesidades de los diferentes públicos.

La propuesta multinivel que observa Castells, coincide con la teoría de la dependencia de los medios (MSD por sus siglas en inglés) que de acuerdo con Ball-Rokeach (2010), está basada en la teoría de los usos y las gratificaciones y con la teoría del establecimiento de la agenda. Para Ball-Rokeach y DeFleur (1976), cuanto más dependiente es una persona de los medios para satisfacer sus necesidades, los medios se volverán más importantes para ese individuo. En el caso de los migrantes venezolanos, la importancia que le den a los medios digitales depende de varios factores como el acceso a la tecnología, la disponibilidad para conectarse a alguna red, el deseo de generar redes de contacto en las comunidades sociodigitales y el impacto que tienen tales redes en su vida cotidiana.

La premisa básica de la teoría de acuerdo con Ball-Rokeach (2010), es que los medios están implicados en los requisitos de la vida cotidiana de las personas (micro) grupos u organizaciones (meso) y otros sistemas sociales (macro) para actuar significativamente en situaciones ambiguas o entornos sociales amenazantes. Por tal razón, podemos señalar que, para un número considerable de migrantes venezolanos, tener contacto con las redes sociodigitales, no solo son una forma de comunicarse e

informarse sino que representan herramientas fundamentales que les permiten resolver problemas concretos que tienen un impacto significativo en su vida cotidiana.

En este sentido Rivera y Valdez (2016), señalan que los “vínculos existentes en las redes sociales son los que se encargan de reproducir las experiencias exitosas de un viaje migratorio. Se trata de un mecanismo social mediante el cual se canaliza la información y se minimizan los riesgos inherentes a toda aventura migratoria” (p. 1).

Por último, conviene enfatizar que las formas de interacción que los inmigrantes tanto regulares como irregulares puedan construir en el entorno de las redes sociodigitales, estaría vinculada con sus posibilidades y el nivel de involucramiento con la tecnología digital.

## **Metodología**

Se utilizó una metodología cuantitativa que consistió en la aplicación de 260 encuestas, 160 a migrantes regulares y 100 para migrantes indocumentados venezolanos en México. Las categorías analizadas para ambos grupos fueron: el género, la edad, la escolaridad, los motivos de emigrar, las principales problemáticas al migrar, la tolerancia de los mexicanos en el trato a los venezolanos, la frecuencia de uso y el contenido de información que se comparte en la red sociodigital Facebook.

La muestra para ambos grupos fue aleatoria simple no estratificada, el levantamiento de la información para la migración regular se recolectó por medio del programa *google form* apoyado mediante las redes de contacto creados por los propios migrantes venezolanos mientras que para la migración irregular se recolectó de manera presencial en dos albergues que brindan apoyo al migrante ubicados en la Ciudad de México. Para el procesamiento y el análisis de los datos se utilizó el programa Excel.

## **Resultados**

A continuación, se presentan los resultados de las categorías analizadas que representan un acercamiento para entender algunos aspectos de la problemática que viven los ciudadanos venezolanos que abandonaron su país de manera regular

e irregular. Todo ello, para conocer si después de haber salido de Venezuela su vida mejoró o empeoró.

**Tabla 1**  
*Género de los Migrantes Venezolanos Regulares e Irregulares*

Género			
Migración regular		Migración irregular	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
59.4%	40.6%	30%	70%

En primera instancia se puede observar la presencia ligeramente mayor de mujeres migrantes venezolanas (59.4%) que del género masculino (40.6%) en la migración regular. Mientras que entre los irregulares sucedió lo contrario puesto que el 70% de los migrantes son hombres, mientras que solo el 30% son mujeres.

Esto se puede explicar ya que la migración regular representa un menor esfuerzo físico y peligro en comparación con la migración irregular en donde hay un menor porcentaje de migrantes mujeres ya que este proceso implica largas caminatas y el peligro latente de ser víctima de actos de violencia de diversos tipos.

**Tabla 2**  
*Edad de la Migración Venezolana Regular e Irregular*

Edad	
Migración regular	Migración irregular
62% de los venezolanos tiene una edad entre los 19 y los 35 años	87.62% de los venezolanos irregulares tienen una edad entre los 19 y los 30 años

Respecto a la edad, la población en ambos grupos de migrantes osciló entre los 19 y los 35 años, en plena edad laboral, escolar y reproductiva. Esto representa la intención de los migrantes venezolanos de venir a México para mejorar su condición

laboral y educativa. En suma, integrarse en un nuevo entorno socio geográfico con la posibilidad de obtener mejores oportunidades.

**Tabla 3**  
*Escolaridad de los Migrantes Venezolanos Regulares e Irregulares*

Nivel	Escolaridad	
	Migración regular	Migración irregular
Primaria	.6%	8%
Secundaria	4.4%	15%
Bachillerato	27%	44%
Universidad	57%	22%
Posgrado	10.6	0%

En relación al nivel educativo los migrantes regulares cuentan con una preparación académica en la que el 60% señalaron contar con escolaridad alta es decir, van desde los que cuentan con licenciatura incompleta, hasta los que tienen posgrado. En contraste, en el nivel educativo de la migración irregular el mayor porcentaje se encuentra entre el bachillerato y la universidad con un 68%.

**Tabla 4**  
*Motivos de la Inmigración Venezolana Regular*

Motivos para migrar	
Categorías	Migración regular
Violencia	3.1%
Trabajo	31.9%
Económicas	15.6%
Políticos	31.9%
Otros	2.5%

En la migración regular, podemos observar que se trata de ciudadanos venezolanos inconformes y críticos con la situación política y económica de su país, pues

más de la mitad de ellos, señaló aspectos económicos y laborales como las principales razones para emigrar.

**Tabla 5**  
*Motivos de la Inmigración Venezolana Irregular*

Motivos para migrar	
Categorías	Migración irregular
Violencia	56%
Trabajo	61%
Económicas	61%
Políticos	71%
Otros	0%

En la inmigración irregular, las causas son las mismas que las de la migración regular que destaca las causas políticas y el trabajo como causas para salir del país.

**Tabla 6**  
*Principales Problemáticas de la Migración Venezolana Regular al Empezar a Vivir en México*

Principales problemáticas al empezar a vivir en México	
Adaptarte al modo de vida	36.3%
La discriminación	5.6%
La cultura mexicana	18.8%
Estar tan lejos de Venezuela	20.6%

Para los migrantes regulares empezar a vivir en México alejados de su nación, representa la mayor amenaza pues, implica el poder adaptarse a una cultura con repertorios simbólicos distintos. Es decir, al parecer son ciudadanos que piensan radicar en el país.

**Tabla 7**  
*Principales Problemáticas de la Migración Venezolana Irregular al Transitar por México*

	Problemáticas
Violencia	56%
Discriminación	50%

Para los migrantes irregulares, México siendo un país de paso, representa un obstáculo para llegar a los Estados Unidos por la violencia y la discriminación a las que se exponen.

**Tabla 8**  
*Frecuencia del Uso de la Red Sociodigital Facebook de la Migración Venezolana Regular e Irregular*

	Uso de la red social Facebook
Migración regular	74%
Migración irregular	34%

La frecuencia del uso de la red sociodigital Facebook de la migración venezolana regular e irregular es diferente. Por una parte, la migración regular tiene mayor conectividad en los espacios urbanos en los que habita y utiliza herramientas como Facebook para generar interacción, búsqueda entre pares y construir comunidad en el entorno *online*. Por la otra, la migración irregular carece de conectividad en las rutas por las que transita y prefiere conectarse a otras redes como WhatsApp por el contacto directo que tiene con familiares y amigos.

**Tabla 9**  
*Acción que Realizan con Más Frecuencia en Facebook la Migración Venezolana Regular*

	Acciones en Facebook
Solo leo lo que aparece publicado	22.5%
Marcó like o usar algún tipo de emoticon	18.1%

Participo escribiendo mi opinión	46.9%
Participo en alguna acción propuesta por la comunidad virtual	10.0%

En cuanto a la interacción de la migración regular en Facebook la mayoría tiene la intención de generar formas de relación que los lleven a construir redes de apoyo más o menos sólidas en el mundo digital.

**Tabla 10**  
*Acción que Realizan con Más Frecuencia en Facebook los Migrantes Venezolanos Irregulares*

Acciones en Facebook	
Envías información de tu situación personal a tus contactos de tu país de origen	7%
Envías información personal a tus compañeros migrantes	18%
Denuncias abusos que sufren los migrantes sobre sus derechos humanos	8%
Reenvías información a tus compañeros migrantes sobre lo que difunden en los albergues/refugios	17%

La interacción de la migración venezolana irregular, se basa en resolver su día a día para cubrir sus necesidades básicas por lo que, la interacción en Facebook es baja, es decir, que si bien crean redes de apoyo, éstas son temporales y principalmente *offline* porque su objetivo es avanzar hacia el norte lo más rápido posible pues sus recursos económicos son limitados.

## Conclusiones

Al término de la presente indagación, podemos señalar que hoy en día, las migraciones, como la venezolana a México, no se pueden entender sino en relación (mayor o menor) con las tecnologías digitales. En un mundo, denominado sociedad red por Manuel Castells, la constitución de redes de relaciones (en el mundo *on* y *offline*) son fundamentales.

La particularidad del caso, lo constituye el hecho de que un fenómeno tan antiguo como las migraciones tengan como escenario y herramienta la sociedad digital.



Es así que, el fenómeno de la migración venezolana no solo representa desafíos tecnológicos sino de relación que pone en desventaja a la población migrante irregular.

Migración y sociedad red es entonces, un binomio que impacta a los migrantes de manera diferente, pues la forma en la cual se conectan a la red es diferenciada. En la presente investigación, pudimos indagar la forma en la cual recurren a la red sociodigital Facebook dos grupos distintos de la misma migración, es decir migrantes regulares e irregulares.

Vale la pena señalar que la hipótesis del trabajo propuesta fue que los migrantes venezolanos utilizan la red sociodigital Facebook de manera diferenciada; ya que, mientras los regulares la usan para ampliar sus redes de contacto y colaboración, los irregulares para comunicarse con sus familiares.

Tal planteamiento resultó verdadero después de la aplicación del instrumento y del análisis de los datos, pues es claro que el acceso, la utilización y el impacto de la red sociodigital Facebook varía en ambos casos. Es decir, la utilización y la interacción construida en Facebook es acorde a sus intereses y necesidades.

Facebook, cabe señalar, es una red que fue creada, en muchos sentidos, para poder generar, opciones para estar informado, formas de interacción en línea y posibilidad de generar enlaces posibilitando la constitución de comunidades en el entorno virtual. No obstante la gran popularidad de Facebook, solo una pequeña cantidad de los usuarios aprovecha todos los recursos digitales que posee esta plataforma.

Para los migrantes venezolanos regulares encuestados, el uso de redes sociodigitales generó un impacto positivo en sus vidas, sobre todo porque se constituyeron en herramientas que les permitieron establecer otro tipo de relaciones más cercanas y profundas en el mundo real. Es decir, la búsqueda de contactos con otras personas en su condición les permitió construir una relación útil en aspectos concretos de su vida como la búsqueda de trabajo o de consejos para resolver problemas del mundo real.

Dada su situación, para este grupo las redes sociodigitales son herramientas que los vinculan entre ellos mismos y sus familiares. Si bien ambos grupos (regulares e irregulares) usan las redes sociodigitales, la utilidad difiere ya que mientras que la migración regular las emplea para ampliar sus redes de contacto y colaboración, los irregulares parecen utilizarlas con el fin primordial de comunicarse con sus familiares. No obstante, Facebook es la red social más utilizada por ambos sectores.

En el caso de la migración irregular, a pesar de que establecen relaciones de apoyo en Facebook estas se limitan a resolver el día a día porque su propósito es seguir avanzando en su ruta para llegar a los Estados Unidos. Los migrantes irregulares, prefieren utilizar otras redes como WhatsApp por la instantaneidad, la accesibilidad y por las herramientas multimedia que les permite acercarse a su familia y amigos.

La conclusión que pudimos obtener es que las redes sociodigitales son un espejo que algunas veces refleja fielmente la realidad, pero otras distorsionan la situación que viven los migrantes venezolanos. Por ejemplo, es una realidad que ambos grupos migrantes coinciden en poseer una imagen (a veces real y otras veces alterada) del espacio geográfico y simbólico que dejaron atrás en Venezuela, la cual abandonaron debido a las complejas problemáticas económicas y laborales que vivieron.

## Referencias

- Ball-Rokeach, S. (2010). Media System Dependency Theory. *The International Encyclopedia of Communication*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781405186407.wbiecm051>
- Ball-Rokeach, S., & DeFleur, M. (1976). A dependency model of mass media effects. *Communication Research*, 3-21. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365027600300101>
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet*. Plaza & Janes.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Flores Torres, J., & López Novelo, R. (noviembre de 2019). *Redes Sociodigitales de migrantes venezolanos en México: espacios de interacción y construcción de comunidad*. Universidad Anáhuac México.

INEGI. (14 de febrero de 2000). Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2000/>

Islas, O. (2005). *Internet y la Sociedad de la Información*. Ciespal.

Organización Internacional para las Migraciones. (2024 de julio de 2024). Obtenido de Glosario de la OIM sobre Migración: <https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml-34-glossary-es.pdf>

Rivera, O., & Valdez, G. (2016). “Crisis humanitaria”. El rol de las redes sociales en el proceso migratorio de adolescentes migrantes. *Revista Humanidades*, 6(1), 1-48.

Terceiro, B., & Matías, G. (2001). *Digitalismo. El nuevo horizonte sociocultural*. Taurus Digital.

# **IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN EN SALUD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE CULTURA VIAL PARA LA REDUCCIÓN DE ACCIDENTES VIALES EN NUEVO LEÓN, MÉXICO**

Janet García González  
[janetgarcia71@yahoo.com.mx](mailto:janetgarcia71@yahoo.com.mx)

María Eugenia Reyes-Pedraza  
[maria.reyespd@uanl.edu.mx](mailto:maria.reyespd@uanl.edu.mx)

María Delia Téllez-Castilla  
[tellezdelia@yahoo.com.mx](mailto:tellezdelia@yahoo.com.mx)

Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales  
Universidad Autónoma de Nuevo León

A nivel mundial, los accidentes de tránsito son la octava causa de muerte en todos los grupos de edad y la principal causa de muerte en niños y jóvenes de entre 5 y 29 años. La frecuencia de las colisiones de tránsito es desproporcionadamente mayor en los países en desarrollo, siendo las zonas urbanas las más afectadas (Cárdenas et al., 2022). En Nuevo León, México, la implementación de programas de cultura vial se ha convertido en una estrategia clave para abordar la alta incidencia de accidentes de tráfico y se puede beneficiar significativamente de estrategias efectivas de comunicación en salud.

La comunicación en salud juega un papel crucial en la conformación de actitudes y comportamientos públicos hacia la seguridad vial, como lo demuestra la Iniciativa Mexicana de Seguridad Vial (IMESEVI), que utilizó un enfoque multifactorial para reducir los accidentes de tránsito, lesiones y muertes (Berrones-Sanz, 2021).

Los problemas de comunicación, información y conocimiento sobre las conductas de seguridad vial se derivan de diversos temas. Un problema importante es la falta de una definición aceptada de la violencia y cultura vial, que obstaculiza los esfuerzos para abordarla y prevenirla de manera efectiva (Lafont et al., 2021).

Además, si bien las campañas de comunicación pueden influir en el comportamiento de los usuarios y peatones, su efectividad a menudo se ve limitada por la ausencia de un fondo teórico bien estructurado y la falta de predecir los cambios de comportamiento con precisión, y lo mismo pasa con los programas educativos con sufren del uso de teorías educativas específicas.

Además, el impacto de las estrategias de comunicación a menudo se ve disminuido por la falta de integración con otras intervenciones, como la provisión de infraestructura de seguridad peatonal y el cumplimiento de las leyes de tránsito, que son cruciales para mejoras sostenibles en la seguridad vial (Ndeme, 2021).

La eficacia de las campañas de comunicación a menudo se ve obstaculizada por la falta de datos confiables y detallados sobre los siniestros viales, lo cual es esencial para tomar decisiones informadas y priorizar las cuestiones de seguridad vial. Si bien las campañas de comunicación pueden cambiar las actitudes de los conductores, es importante desarrollar enfoques integrales, basados en la teorías modelos y metodología específica para la comunicación y educación en seguridad vial.

Este estudio se centra en evaluar el impacto de “Salvando Vidas”, un programa gubernamental diseñado para fomentar prácticas de conducción seguras y reducir los accidentes viales a través de la educación y la concienciación por parte de la Secretaría de Salud del Gobierno de Nuevo León. El programa estuvo compuesto con diversas actividades interactivas, orientadas a diversos grupos de Nuevo León. Con la finalidad de sensibilizar a la población sobre cultura vial (mediante el análisis de sus actitudes); proporcionar información educativa a la población sobre los factores de riesgo en seguridad vial (a partir de la información educativa) y contar con herramientas lúdicas innovadoras que contribuyan de manera integral a que la población aplique medidas preventivas en seguridad vial (determinando sus conductas). Ante ello, el objetivo de esta investigación fue determinar el impacto de la comunicación en salud en la implementación del programa de cultura vial para la reducción de accidentes viales en Nuevo León, México.

## **Fundamentación Teórica**

La comunicación en salud puede influir significativamente en los comportamientos de seguridad vial al aprovechar diversas teorías psicológicas y conductuales

para diseñar mensajes efectivos. La comunicación afecta directamente el comportamiento de los conductores al alterar su percepción de los riesgos y beneficios asociados con las prácticas de conducción segura (Nkene, 2021). Los mensajes basados en amenazas, particularmente aquellos que combinan el miedo con una alta eficacia percibida, pueden reducir conductas riesgosas como el exceso de velocidad entre los conductores masculinos jóvenes, aunque emociones como la ira pueden disminuir su efectividad (Carey & Sarma, 2016).

La comunicación sobre la salud puede enfatizar los beneficios, modificar barreras y proporcionar datos. Puede conducir a comportamientos de conducción más seguros entre las personas. Algunos de estos estudios abordan modelos y teorías desde la comunicación sanitaria que pueden aumentar la conciencia sobre los riesgos de seguridad vial y promover la adopción de comportamientos de conducción segura de manera efectiva.

Estos son, el Modelo de Creencia en Salud destaca que las claves para la acción y los beneficios percibidos son fuertes predictores de conductas de conducción segura, lo que sugiere que las campañas deben enfatizar estos elementos para que sean efectivas (Razmara et al., 2018). Por otra parte, se encuentran las evaluaciones de las campañas de seguridad vial, como las dirigidas a la fatiga, donde muestran que aumentar la conciencia sobre la gravedad de los riesgos y las contramedidas efectivas, pueden influir positivamente en el comportamiento del conductor (Adamos et al., 2013). Además, se ha encontrado que la incorporación de constructos como la gravedad percibida, la eficacia de respuesta y la autoeficacia en el diseño de mensajes afecta positivamente las intenciones y comportamientos de conducción; El marco teórico ayuda a desarrollar mensajes persuasivos de seguridad vial, basados en emociones dirigidos a datos demográficos específicos pueden influir en el comportamiento (Lewis et al., 2013) (Tay & D'Souza, 2014).

El impacto de la comunicación y la información en un programa de cultura vial es multifacético, influyendo significativamente en el comportamiento del conductor, la seguridad y la cultura vial en general. La comunicación por sí sola tiene efectos duraderos limitados en el comportamiento de los conductores, pero puede ser considerablemente efectiva cuando se combina con otras herramientas como las comprobaciones de velocidad, influyendo significativamente en el comportamiento de los

usuarios de la carretera, superando sólo el impacto de la información. (Wildervanck, 1999). Los programas de información pública y educación juegan un papel crucial en el cambio de comportamiento, sugiriendo direcciones futuras para estrategias de comunicación más efectivas (Kenji, 2015).

Además, comprender los mecanismos socio-psicológicos, como las normas sociales y los valores prosociales, puede ayudar a diseñar campañas efectivas de seguridad vial (Nikitas et al., 2016). Un enfoque cultural que examina los valores sociales, actitudes y expectativas más amplias relacionadas con la conducción puede proporcionar una visión más profunda sobre los problemas persistentes de seguridad vial y ayudar a desarrollar estrategias integrales para promover comportamientos de conducción más seguros (Redswhaw, 2001).

La comunicación en salud abarca las interacciones interpersonales, la participación de la comunidad a través de los medios de comunicación y el empoderamiento de las personas para la responsabilidad social, lo que en última instancia ayuda a superar las barreras para el conocimiento de la salud y la adopción del comportamiento (Gianfredi et al., 2018). La comunicación efectiva juega un papel vital en la salud pública (Hetzl, 1990). La comunicación en salud implica diversos enfoques teóricos como modelos de cambio de comportamiento. A pesar de su predominio, persisten los temas de salud social, lo que indica la necesidad de estrategias más integrales en la materia. (Renaud & Rico de Sotelo, 2007).

Para el tema de la cultura vial, se hace referencia a las actitudes, comportamientos, normas y valores relacionados con la seguridad en el tránsito. Su promoción puede desempeñar un papel crucial en la prevención de accidentes viales. Diversos factores, como el exceso de velocidad, el consumo de alcohol, el uso del cinturón de seguridad y la responsabilidad compartida, influyen en la seguridad vial. La comprensión de estos factores es fundamental para diseñar intervenciones efectivas y promover una cultura vial segura. El impacto de la información y comunicación pública en un programa de cultura vial para personas incluye mejorar la seguridad, promover la conciencia, proporcionar estrategias correctivas y facilitar las transiciones a métodos alternativos de transporte (Milton, 2023). La comunicación y la información juegan un papel crucial en la configuración de los programas de seguridad vial.

## Descripción del Programa Gubernamental

Objetivo general del programa: Contribuir con el propósito del decenio de reducir un 50% la mortalidad por accidentes de tráfico.

Objetivos específicos:

- Sensibilizar a la población sobre cultura vial (actitudes)
- Proporcionar información educativa a la población sobre los factores de riesgo en seguridad vial (información- educativa)
- Contar con herramientas lúdicas innovadoras que contribuyan de manera integral a que la población aplique medidas preventivas en seguridad vial. (Conductas)

El programa “Salvando Vidas” está compuesto con diversas actividades interactivas, orientadas a grupos de estudiantes de educación básica, intermedia y superior, sin embargo se aplicó a público de cualquier edad.

Descripción de actividades del programa:

1. Conferencias y talleres.  
Se les proporciona información teórica y técnica sobre factores de riesgo de seguridad vial, apoyado por videos, actividades interactivas, dinámicas, etc.
2. “¿Ebrio yo?”  
Dinámica donde se utilizaron lentes especiales que simulan los efectos del alcohol, con ellos se hicieron ejercicios como caminar sobre la raya, patear el balón, entre otros.
3. Simulador de impacto de choque.  
Reproduce la fuerza y efecto de un impacto frontal de un vehículo, con el uso de un cinturón de seguridad el usuario experimenta la función de este mecanismo de seguridad.
4. Carritos antipedales.  
El ejercicio consiste en que el participante recorra un circuito usando los lentes simuladores del alcohol con el propósito de experimentar las consecuencias de manejar bajo esas circunstancias.



5. Con la velocidad no se juega.

Uso de videojuegos que tratan de la conducción de vehículos en la ciudad, el participante debe jugar con los lentes simuladores del efecto del alcohol.

Diseñar una programa de comunicación eficaz, supone la comprensión del público meta y su reacción ante el contenido específico

## **Metodología**

Se utilizó una metodología cualitativa, específicamente grupos de discusión, para explorar las percepciones y experiencias de los residentes de Nuevo León en relación con la seguridad vial y el impacto del programa de cultura vial.

Se dividieron en dos tipos grupos con intervención del programa gubernamental y los otros sin intervención.

Estos grupos se implementaron en las ocho jurisdicciones sanitarias del gobierno del Estado donde se aplicaron un total de 6 grupos.

- Jurisdicciones urbanas reclutamiento de grupos de estudiantes de preparatoria
- Jurisdicciones rurales reclutamiento de grupos de estudiantes de secundaria

Universo de trabajo: Reclutamiento (5 a 9 personas) por grupo de discusión  
Estudiantes de secundaria y preparatoria: Perfiles sociodemográficos (edad, género, localidad)

El análisis para la metodología cualitativa fue el análisis del discurso. Este discurso fue construido por cierto número de posiciones con respecto al saber y a lo real, de lo que estos grupos tienen acerca del programa y sus actitudes y conductas, a través de la argumentación. El análisis de los discursos argumentativos se lleva a cabo en dos planos complementarios: uno sintagmático y otro paradigmático. En el primero se trata de reconstruir analíticamente el proceso de esquematización de la realidad operado por el discurso. En el segundo se intenta identificar y explicitar el esquema o paradigma ideológico latente a partir del cual se produce el proceso argumentativo” (Giménez, 1981).

Los grupos de discusión se guiaron mediante detonadores diseñados para abordar diferentes aspectos de la seguridad vial, como las causas de los accidentes, el consumo de alcohol, el uso del cinturón de seguridad y la responsabilidad compartida. Se registraron y analizaron las discusiones para identificar temas emergentes y patrones en las respuestas de los participantes.

Los detonadores que se utilizaron en los grupos de discusión, fueron:

- a. Vamos a hablar sobre cultura vial
- b. Vamos a hablar sobre...
  - Lo que provoca un accidente automovilístico
  - Efectos del alcohol
  - La importancia del cinturón de seguridad
  - Los límites de velocidad
  - Estadísticas de accidentes
- c. Vamos a hablar de lo que quiere saber la gente sobre seguridad vial
  - Usar el cinturón de seguridad
  - Manejar alcoholizado
  - Manejar a altas velocidades
- d. Vamos a hablar de la responsabilidad sobre seguridad vial
  - Usar el cinturón de seguridad
  - Manejar alcoholizado
  - Manejar a altas velocidades
    - Conductor
      - Con los que comparten mi auto
      - Los otros conductores
    - Copiloto

- e. Vamos a hablar de por qué la gente va al taller de Salvando Vidas
- f. Vamos a hablar de las actitudes y comportamientos que cambia el taller

## Resultados

Comparando los grupos de discusión, entre los que fueron intervenidos por la campaña y por los que no tomaron ningún taller de Salvando Vidas, se pueden observar las siguientes diferencias:

Cultura vial: se observa un cambio en la definición de esta, pues para los intervenidos engloba más elementos, como responsabilidad, accidentes y causas, mientras que los no intervenidos limitan su respuesta.

**Tabla 1**  
*Comparativo de grupos en el detonador de Cultura Vial*

<b>Cultura vial</b>	<b>Intervención</b>	<b>Sin intervención</b>
Discurso	En la cultura, no es solo manejar, si no, comprender a los demás, tomar precauciones y responsabilidades al manejar.	Implica conocimiento y prevención.
Objeto discursivo	Responsabilidad personal	Responsabilidad personal
Ejemplo	“Cuando vamos manejando no vayas concentrado en ti sino que cuando vas manejando tener precaución de no atropellarlos porque a veces que hay dos carros atravesados y salen niños de repente”	“Te enseña cómo prevenir los accidentes, pueden ser mortales “
Discurso	Se entiende la cultura vial como todo lo relacionado a los accidentes y los causantes de estos.	Consideran que la cultura vial es todo lo que conlleva a un accidente.
Objeto discursivo	Conocimiento previo	Conocimiento previo
Ejemplo	“Para mí la cultura vial es, lo que abarca todo los accidentes, y el alcoholismo, y la velocidad.”	“pues todo lo que lleva a un accidente”

Elaboración propia.

Los resultados indican que para los sujetos que no fueron intervenidos por Salvando Vidas, determinan que la cultura vial es todo lo que conlleva a un accidente, así como respetar los señalamientos que hay en la ciudad. Mientras que, los individuos que fueron intervenidos refieren a la cultura vial, en el sentido de las

necesidades de entender a los demás y no estar concentrados en lo particular, si no, en lo colectivo. Encuentran importante poner atención al entorno para manejar de una forma preventiva. También refieren inmediatamente la cultura vial el exceso de velocidad como causante de accidentes y el no utilizar el cinturón de seguridad, este último mencionado en menor cantidad.

Los accidentes viales pueden ser de diversa índole. Principalmente se mencionaron los efectos del alcohol, el exceso de velocidad y el no utilizar el cinturón de seguridad como causantes de accidentes, dentro del grupo de discusión de los que asistieron a Salvando Vidas.

Conductas: Los individuos intervenidos, muestran actitudes positivas y preventivas respecto al uso del cinturón de seguridad. Los que no fueron intervenidos, refieren una actitud negativa. Los intervenidos presentan mayor grado de conocimiento respecto a las causas que provocan distracciones al manejar.

**Tabla 2**  
*Comparativo de grupos en el detonador de Cinturón de Seguridad*

<b>Uso del cinturón de seguridad</b>	<b>Intervención</b>	<b>Sin intervención</b>
Discurso	Hay que tomar precauciones especiales con bebés, además de revisar si el coche no tiene fallas mecánicas para evitar accidentes ocasionados por esto.	Cuando tienes distracciones al conducir como el celular, o se maneja a exceso de velocidad se puede causar accidente, además al manejar ebrio se causan efectos de mala visión, mareos y percepciones diferentes.
Objeto discursivo	Conocimiento previo	Responsabilidad personal
Ejemplo	“observar si tiene fallas mecánica tu automóvil, checar lo que son llantas y todas las condiciones, porque eso puede ocasionar un accidente también”	“van en el face y no van poniendo atención al conducir”
Discurso	Se mencionan los beneficios del uso del cinturón de seguridad, agregando la simplicidad que tiene hacer uso de él.	A veces se usa el cinturón porque los coches tienen una alarma que te avisa que lo debes de usar, aunque no siempre se usa por flojera o porque es molesto.
Objeto discursivo	Actitud preventiva	Actitudes negativas
Ejemplo	“Solo basta ponerse un cinturón de velocidad para no causar accidentes más fuertes, a en cinco segundos se pueden poner el cinturón de seguridad”	“por flojera”

Elaboración propia.

Se habló sobre el límite de velocidad y aquellos que tomaron algún taller de Salvando Vidas, muestran un criterio preventivo en comparación con aquellos que no tomaron ningún taller.

**Tabla 3**  
*Comparativo de grupos en el detonador de Límite de velocidad*

<b>Límite de velocidad</b>	<b>Intervención</b>	<b>Sin intervención</b>
Discurso	Indica zonas donde es importante que se sigan los límites de velocidad, conoce las consecuencias que provocaría no respetarlos e indica la importancia de que los menores ocupen su lugar adecuado.	En la carretera se maneja alrededor de 80 km/hr, y se sabe que en zona escolar se debe de ir máximo a 20 km/hr
Objeto discursivo	Actitudes preventivas	Conocimiento previo
Ejemplo	“Que depende de la velocidad que lleve el conductor. En una escuela, en una curva, hay que bajar la velocidad”	“Yo manejo alrededor de 80 k/hr”

Elaboración propia.

Por otra parte, se compararon los resultados sobre el discurso de las precauciones al manejar y arrojó que los intervenidos presentan mayor grado de conocimiento respecto a las causas que provocan distracciones al manejar.

**Tabla 4**  
*Comparativo de grupos en el detonador de Precauciones al Manejar*

<b>Precauciones al manejar</b>	<b>Intervención</b>	<b>Sin intervención</b>
Discurso	Al manejar tenemos muchas distracciones que tenemos que evitar.	Cuando no se toman las precauciones necesarias al conducir se puede chochar, aunque el cinturón de seguridad te ayuda a disminuir el golpe.
Objeto discursivo	Causas	Conocimiento previo
Ejemplo	“las distracciones, el exceso de velocidad, el estrés, fumar, las llamadas por teléfono”	“el cinturón disminuye el golpe, ¿no?”

Elaboración propia.

Los accidentes viales pueden ser de diversa índole. Principalmente se mencionaron los efectos del alcohol, el exceso de velocidad y el no utilizar el cinturón de seguridad como causantes de accidentes, dentro del grupo de discusión de los que asistieron a Salvando Vidas.

Efectos de manejar alcoholizado: se obtuvieron respuestas similares en ambos grupos, sin embargo, los intervenidos hacen más énfasis en que aquél público con mayor riesgo de tener problemas al manejar alcoholizado, son los jóvenes.

**Tabla 5**  
*Comparativo de grupos en el detonador de Efectos del Alcohol*

Efectos del alcohol	Intervención	Sin intervención
Discurso	Se centra en la idea de que el alcoholismo se da principalmente en la juventud, es la causa de accidentes y estos son dados en horarios nocturnos principalmente.	Habla sobre el riesgo que pueden pasar terceras personas, no solo el que está consumiendo alcohol.
Objeto discursivo	Actitudes negativas	Responsabilidad personal
Ejemplo	“Mmm a temprana edad, mmm, empiezan con el alcohol... y pues pueden causar un accidente.”	“Y también así podría no tener el accidente el que bebió también lo llevan otras persona que no que ni siquiera bebieron eso”

Elaboración propia.

En el grupo de sujetos intervenidos, uno de los detonadores que se manejó, fue respecto a la percepción de Salvando Vidas, para identificar la aceptación de la campaña, así como ciertos elementos importantes y de alto impacto. Se obtuvo que la campaña tiene un alto grado de aceptación y aquello que más retuvieron los individuos fue sobre el uso del cinturón de seguridad, la importancia del conductor designado y los peligros de manejar a altas velocidades.

En ambos grupos, se habla de un conocimiento en general sobre el manejo bajo un estado de ebriedad. Consideran que el tomar al manejar provoca accidentes. Los sujetos no intervenidos afirman que la velocidad y el alcoholismo van de la mano al momento de algún accidente automovilístico y que se debe seleccionar a un conductor designado antes de tomar, en este punto coinciden con los intervenidos

por la campaña, quienes están conscientes de que al momento de que se planea salir a tomar bebidas alcohólicas, es necesario tener un conductor designado, esto ayuda para que evites problemas para ti y terceros.

Los que tomaron la campaña refieren como punto importante que los más afectados por esto son los jóvenes, ya que “cuando empiezan” con el consumo del alcohol son más propensos a tener accidentes viales. Por lo tanto, se es consciente de que los efectos del alcohol en la vialidad son uno de los mayores problemas entre los jóvenes, además de que se mencionó que la frecuencia de este problema se da principalmente de noche.

Los que no tomaron ningún taller de Salvando vidas, indicaron en el detonador de alta velocidad, que es la responsabilidad del conductor el respetar los señalamientos, así como los límites de velocidad. Sobre esto, se encontró que los que asistieron a las campañas, encuentran importante que los límites de velocidad deben ser muy específicos en zonas escolares, ya que se debe disminuir la velocidad en esta. Este tipo de resultados ha estado refiriendo una conducta preventiva y una actitud protectora hacia los menores de edad.

Al momento de conducir hay muchos tipos de distractores que deberíamos de evitar para no causar algún accidente. En el grupo de no intervenidos, se encontró que cuando se habla sobre los señalamientos en las ciudades, la percepción es que hay información sobre accidentes automovilísticos como son el respetar los señalamientos en la ciudad y el no tomar cuando vayas a manejar. Los que no tomaron ningún taller, no tienen ninguna referencia de cuántos accidentes automovilísticos se producen por año. Los intervenidos indican que los jóvenes tienden a accidentarse durante la noche, debido al consumo en exceso de alcohol. Por tanto, se debe usar el horario nocturno como una referencia de riesgo para la futura adecuación de la campaña, ya que es un elemento que los jóvenes reconocen como factor para el cambio de actitudes.

Se encontró que, al tener la experiencia de algún accidente, te hace querer evitarlo en un futuro, se conoce más sobre el tema y se transmite a otros para que tampoco les suceda.

El grupo que tomó una o varias capacitaciones de Salvando Vidas, comentaron que la actitud del presentador fue “muy seguro de sí mismo”, aunque otros consideraron que le faltaba más capacitación y seguridad al momento de hablar en público.

Mencionan que el taller les pareció muy útil, lleno de información y que la dinámica que más les llamó la atención fue la de “¿Ebrio yo?”, donde se utilizaron unos lentes especiales que daban la simulación de los efectos del alcohol.

En general, califican la campaña con agrado, favorable y que las actividades fueron de su gusto. Los intervenidos muestran una percepción de México, donde no existe una cultura vial. Muestran una actitud preocupada porque debe de existir una responsabilidad vial. Sobre las causas que pueden provocar un accidente automovilístico, dicen que, gracias al taller, les ha quedado muy claro; esto quiere decir que el mensaje dirigido por las instrucciones fue exitoso.

## **Conclusiones**

Las estrategias de comunicación y salud pueden impactar significativamente la cultura vial al influir en las actitudes y comportamientos de los conductores. Los estudios han demostrado que las campañas bien diseñadas pueden conducir a comportamientos de conducción más favorables y una mayor conciencia entre los conductores. En el caso del estudio está determinado por la responsabilidad personal y el conocimiento previo de factores de riesgo. Las estrategias de comunicación persuasiva, como la campaña #DisiplinPerlintasan en Indonesia, han demostrado una alta efectividad en las alteraciones de los comportamientos cognitivos, afectivos y conativos de los motociclistas (Cardoso & Fonseca, 2012). Sin embargo, el uso de apelaciones de miedo, aunque efectivo en algunos casos, puede ser controvertido y no siempre conducir a un cambio sostenido de comportamiento (Cara et al., 2022). Aunque la investigación no especifica el factor género, es importante determinar los hallazgos de Rodrigues et al. (2015), quien encontró que las conductoras, que generalmente exhiben comportamientos menos riesgosos, recuerdan y aplican campañas de seguridad vial de manera más efectiva que sus contrapartes masculinas.

Este programa puede impactar significativamente el uso de cinturones de seguridad, como lo demuestran este estudio y diversas intervenciones; Drake et al. (2017) encontró que las campañas de seguridad vial bien diseñadas aumentaron significativamente el uso del cinturón de seguridad, destacando la efectividad de involucrar a todas las partes interesadas en las iniciativas de seguridad. Además, una campaña en redes sociales que usó Instagram para promover el uso del cinturón de



seguridad entre los adolescentes, mostró que el contenido atractivo, como celebridades que usan cinturones de seguridad, atraía una atención significativa y podría influir en el comportamiento (Suffoletto et al., 2002). Las evaluaciones de campañas locales y nacionales que abordan el uso del cinturón de seguridad y otros comportamientos de seguridad también demuestran la importancia de evaluaciones cuidadosamente planificadas y diseñadas científicamente para evaluar la efectividad (Aldamos, 2012).

Abordar las creencias y comportamientos específicos de los conductores a través de estrategias de comunicación específicas también puede mejorar el uso del cinturón de seguridad, a pesar de la resistencia inicial debido a conceptos erróneos de comodidad y seguridad. Estos hallazgos subrayan colectivamente el potencial de las campañas de comunicación para mejorar el uso del cinturón de seguridad y mejorar la seguridad vial.

Por otra parte, este tipo de programas gubernamentales que enfatizan los factores de riesgo, como efectos del alcohol mientras se conduce, mejoran el conocimiento, las actitudes y los comportamientos relacionados con la conducción bajo los efectos del alcohol. En el análisis y las revisiones sistemáticas han encontrado que campañas bien diseñadas y ejecutadas en los medios de comunicación masiva pueden contribuir a una reducción de la conducción con discapacidad alcohólica, aunque los resultados pueden variar en función de las características de la campaña y la presencia de medidas de aplicación (Zatonski, 2016) (Foster et al., 2021).

La comunicación en salud puede cambiar las actitudes del público hacia la seguridad vial, de manera similar a cómo las iniciativas de salud pública han logrado reducir el tabaquismo y las enfermedades cardíacas a través de cambios en el estilo de vida y ambientales. Al comprender el contexto cultural de la salud, las estrategias de comunicación pueden adaptarse para atender las necesidades y creencias específicas de diferentes poblaciones, asegurando que los mensajes resuenen y sean más propensos a ser adoptados

El estudio sugiere que la implementación de un programa de cultura vial puede tener un impacto positivo en la reducción de accidentes viales en Nuevo León. Al abordar diversos aspectos de la seguridad vial y promover la responsabilidad compartida entre los conductores y otros usuarios de la vía pública, es posible fomentar comportamientos más seguros y prevenir accidentes. Sin embargo, se necesita un enfoque integral que incluya educación, sensibilización y medidas de control para garantizar resultados sostenibles a largo plazo.

## Referencias

- Adamos, G., Nathanail, E., & Kapetanopoulou, P. (2013). *Do Road Safety Communication Campaigns Work? How to Assess the Impact of a National Fatigue Campaign on Driving Behavior*. Transportation Research Record.
- Berrones-Sanz L. D. (2021). A methodological experience in the training of road safety promoters in Mexico. *Revista Diálogos Sobre Educación*.
- Cara Mengutip: Sari, D. A. P., Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. S. A. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya dalam Mensosialisasikan Media Center Surabaya kepada Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 223-236. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i2.160>
- Cárdenas-Cárdenas L. M., Barrientos Gutiérrez T., Quistberg, D. A., Chias-Becerril, L., Martínez-Santiago, A., Reséndiz Lopez, H., & Perez Ferrer, C. (2022). One-year impact of a multicomponent, street-level design intervention in Mexico City on pedestrian crashes: a quasi-experimental study. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 77(3), 140-146.
- Cardoso, P. R., & Fonseca, J. F. (2012). *Campanhas portuguesas de prevenção rodoviária: uma análise da sua influência*. Verso E Reverso.
- Carey, R. N., & Sarma, K. M. (2016). Threat appeals in health communication: messages that elicit fear and enhance perceived efficacy positively impact on young male drivers. *BMC Public Health* 16, 645. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-3227-2>
- Drake, S. A., Zhang, N., Applewhite, C., Fowler, K., & Holcomb, J. H. (2017). Un programa de redes sociales para aumentar el uso del cinturón de seguridad en los adolescentes. *Public Health Nurs*, 34(5), 500-504.
- Foster, M., Slater M. D., & Goodall, C. E. (2021). Increasing Alcohol Control Policy Support: The Mediating Role of Empathy and Emotions. *Substance Use & Misuse*, 56(7), 971-978.

- Gianfredi, V., Grisci, C., Nucci, D., Parisi, V., & Moretti, M. (2018). Communication in health. *Recenti progressi in medicina*, 109.
- Hetzel, B. S. (1990) Communication and health, health as an ecosystem. *The Medical Journal of Australia*.
- INEGI (2022). Estadísticas a propósito del día mundial en recuerdo de las víctimas de accidentes de tránsito. Comunicado de prensa núm. 662/22
- Lafont, A, Rogé, J., Ndiaye, D., & Boucheix, J. M. (2021). *Road safety communication effectiveness: the roles of emotion and information in motorists' ability to detect vulnerable road users*. Cognition, Technology & Work.
- Lewis, I., Watson, B., White, K., Elliott, B., Cockfield, S., & Thompson, J. (2013). The feasibility of the step approach to message design and testing to enhance the persuasive impact of emotion-based road safety messages.
- Milton, K. (2003). Impact of public information on safe transportation of older people. *Transportation Research Board Conference Proceedings*, (27), 259-272.
- Nikitas, A, Avineri, E., & Parkhurst, G. (2016). *Public Attitudes to Road Pricing: Exploring the Role of Older Age, Pro-Sociality, Social Norms and Trust* [Paper]. Transportation Research Board 95th Annual Meeting.
- Nkene Ndeme, R., Mbassi, J. C., & Mandou Mayouotain, N. (2021). Communication en matière de sécurité routière et comportement des usagers de la route : le rôle du risque perçu. *Les Cahiers scientifiques du transport*, (7677), 29-65, <https://doi.org/10.46298/cst-10953>.
- Razmara, A., Aghamolaei, T., Madani, A., Hosseini, Z., & Zare, S. (2018). Prediction of safe driving Behaviours based on health belief model: the case of taxi drivers in Bandar Abbas, Iran. *BMC Public Health* 18, 380. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5300-5>

- Renaud, L., & Rico de Sotelo, C. (2007). *Communication et santé : des paradigmes concurrents*. Sante Publique.
- Rodrigues, H. S., Fonseca, J. M., & Cardoso, P. (2015). The perception of road safety communication campaigns: the gender influence. *Research Papers in Economics*.
- Suffoletto, B., Pacella-LaBarbara, M. L., & Huber, J., Delgado, M., McDonald, C. (2022). Efectividad de una intervención mediante mensajes de texto que promueve el uso del cinturón de seguridad entre adultos jóvenes. *Red JAMA abierta*.
- Tay, T., & D'Souza, C. (2014). *Developing theory based intersection safety messages* [Paper]. Proceedings of 94th Annual Meeting of Transportation Research Board, Washinton D.C., United States.
- Wildervanck, C. (1999). Driving the Message Home The Role of Communication in Traffic Safety. In H. von Holst, Å. Nygren, & Å.E. Andersson (Eds.), *Transportation, Traffic Safety and Health — Prevention and Health*. Springer, Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-57246-3\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-642-57246-3_6)

## **COMPLICIDAD E INTIMIDAD: LA EXPERIENCIA TECNOLÓGICA-DIGITAL DE JÓVENES LGBTIQ+ EN MÉXICO**

Raúl Anthony Olmedo Neri  
[raul.olmedo@politicas.unam.mx](mailto:raul.olmedo@politicas.unam.mx)

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,  
Universidad Nacional Autónoma de México

Las juventudes Lesbianas, Gais, Bisexuales, Trans, Intersexuales, Queer (LGBTIQ+) son comunidades de estudio periféricas en el campo analítico e interdisciplinario de la juventud y la comunicación. Esto significa que su enunciación, su experiencia juvenil y la relación que construyen con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) e Internet son temas relegados -por intención u omisión- dentro de las investigaciones que abordan la relación jóvenes-tecnología.

Enunciar a los jóvenes LGBTIQ+ como sujetos de estudio implica descentralizar el acentuado interés por identificar y examinar las brechas digitales de género que contribuyen a reproducir las asimetrías entre jóvenes cisgénero-heterosexuales (Del Campo et al., 2020). Aunque estos hallazgos son relevantes, indirectamente legitiman la invisibilidad de los jóvenes disidentes a la cisheteronorma por dos razones. En primer lugar, pensar (in)directamente a los jóvenes dentro del binarismo hombre-mujer (re)produce el mito cisgénero-heterosexual como único ensamblaje posible entre la orientación sexual, la identidad y la expresión de género en la sociedad. En segundo lugar, limitar el género a la mirada cisheteronormativa niega a los jóvenes LGBTIQ+, invalida su expresión/representación en el espacio público/privado y legitima su opresión en la vida cotidiana. Por estas razones, el estudio de los problemas que enfrentan los jóvenes LGBTIQ+ en un contexto heterosexista y el análisis de las formas en que construyen prácticas comunicativas digitales para sortear el estigma se diluyen junto con su enunciación dentro de la agenda de investigación en comunicación.

Por lo anterior, nombrar a los jóvenes con una orientación sexual, identidad y/o expresión de género no hegemónica permite mostrar estas otras articulaciones sexoidentitarias y problematizar su relación con las TIC e Internet, para descifrar aquellas particularidades en su experiencia juvenil. Así, el reconocimiento de los jóvenes LGBTIQ+ como sujetos de estudio cuestiona la cisheteronorma y la relación experiencial que crea este sector juvenil mediante las TIC e Internet puede ser abordada de manera crítica.

En México, los datos oficiales muestran que en la infancia, la adolescencia y la juventud el sujeto explora y define su ensamblaje sexoidentitario (INEGI, 2021). Así, estas etapas son cruciales a nivel individual, pero también son periodos de disputa, ya que los sujetos son disciplinados sutilmente bajo los mandatos de la cisheteronorma; en otras palabras, la experiencia juvenil oscila entre subjetividades, tensiones colectivas y conflictos emanados de aquellos marcos normativos que se (re) producen de manera impositiva en la vida cotidiana.

Así, los jóvenes LGBTIQ+ no solo se enfrentan a procesos individuales de reconocimiento y definición, sino que paralelamente construyen y vivencian una experiencia juvenil atravesada por actos de otrificación que no perciben/vivencian aquellos jóvenes cisgénero-heterosexuales (Pérez Salazar, 2021). De esta manera, los jóvenes LGBTIQ+ no solo vivencian las desigualdades inherentes a su clase social, nivel económico y ubicación geográfica, sino que transversalmente su orientación sexual, su identidad y expresión de género moldean su experiencia juvenil.

De esta manera, los jóvenes disidentes a la cisheteronorma no solo se enfrentan a los retos estructurales que constriñen cualquier experiencia juvenil, sino que además tienen que afrontar otros procesos relacionados directa e indirectamente a su disidencia sexogenérica. En estos procesos y dinámicas las TIC e Internet juegan un papel estratégico, por lo que se exploran las prácticas comunicativas digitales en el campo del consumo de información y la socialidad digital de dos jóvenes mexicanos LGBTIQ+. Estos hallazgos son preliminares y forman parte de una investigación doctoral en proceso que busca evidenciar las matrices culturales y simbólicas que estos jóvenes construyen con, en y por las TIC e Internet.

El marco teórico parte de los Estudios Culturales para recuperar estas experiencias mediáticas y proponer el concepto de prácticas comunicativas digitales con el objetivo de reconocer las particularidades ontológicas y tecno-operativas que

irrumpen en la relación jóvenes-tecnología con Internet. Después, se muestra la estrategia metodológica empleada para entrevistar a un joven gay y una joven queer. Finalmente, se presentan y discuten los resultados en torno al consumo de información relativa a su orientación sexual e identidad de género, así como las implicaciones de Internet en sus procesos de socialidad.

Los resultados muestran la vigencia y urgencia de enunciar la experiencia juvenil LGBTIQ+ como una escisión cualitativa de aquellas aportaciones que no trascienden la mirada cisheteronormativa y donde las TIC e Internet son estratégicas y contrahegemónicas.

## **Fundamentación Teórica**

La perspectiva de los Estudios Culturales es interdisciplinaria y su origen se encuentra en la Universidad de Birmingham, en Inglaterra, durante la segunda mitad del siglo XX (Mattelart & Neveu, 2004). Los Estudios Culturales recuperan las aportaciones de Antonio Gramsci sobre la cultura como un campo donde se replica la lucha de clases y las ideologías, para analizar aquellas problemáticas relativas a las asimetrías de poder que se desarrollan en los intersticios de la cultura y los medios de comunicación (Fernández Hasan, 2011; Urteaga, 2009).

Esta perspectiva de corte anglosajón cobró importancia internacional, siendo adoptada y adaptada de acuerdo con los intereses y realidades de cada región; en América Latina esta perspectiva llegó en los años setenta y ochenta del siglo XX, sin embargo, tuvo problemas y hasta resistencias sobre su uso porque autores de la región como Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini ya venían desarrollando trabajos en estos campos, incluso antes de la popularización del término ‘Estudios Culturales’ (Escosteguy, 2002; Mato, 2003; Mignolo, 2003).

Más allá del nombre y su origen, esta perspectiva se enfoca en analizar las disputas simbólicas que yacen en las narrativas mediáticas, las representaciones sociales, los procesos de codificación-decodificación que hacen las audiencias y sobre todo la experiencia que el sujeto construye con la tecnología. De allí que el estudio de la relación sujeto-tecnología ofrezca nociones conceptuales relevantes para entender cómo los sujetos se transforman en una audiencia (Morley, 1996), de qué manera la tecnología es domesticada (Silverstone, 1996), cómo se construyen las culturas

mediáticas (Stevenson, 1998) y cuáles son los impactos de las narrativas producidas y difundidas por los medios de comunicación (Kellner, 2011).

Es la experiencia del sujeto con la tecnología y los usos, prácticas y significados que se desprenden de ella lo que ha legitimado el empleo de los Estudios Culturales como un marco teórico vigente para abordar la relación jóvenes-tecnología (Becerra Romero, 2015; Lemus Pool, 2019). No obstante, estas aportaciones conceptuales están circunscritas a los medios de comunicación masiva, por lo que Internet y tecnologías móviles como el celular móvil y la laptop generan retos epistemológicos y ontológicos para entender la experiencia generada a través de estas innovaciones tecnológicas. Para comprender este cambio se propone la noción de prácticas comunicativas digitales con el fin enunciar los ensamblajes tecno-operativos y las experiencias que los sujetos crean dentro, entre y fuera de las TIC e Internet.

La noción de prácticas comunicativas digitales pretende referir a aquellas estrategias que el sujeto desarrolla para conseguir un fin particular y donde las TIC e Internet juegan un papel estratégico. Son tres los componentes que dan forma a una práctica comunicativa digital: el sujeto convertido en usuario-operador, las TIC e Internet pensadas como dispositivos tecnológicos y la finalidad que se persigue a través de su uso predeterminado. Los Estudios Culturales ofrecen una base sólida para fundamentar teóricamente las prácticas comunicativas digitales, por lo que más que pensar esta propuesta conceptual como una novedad es preciso considerarla como una continuidad que recupera las aportaciones de esta perspectiva para comprender los fenómenos en torno a las TIC e Internet. El siguiente cuadro muestra estos puentes epistemológicos.

**Tabla 1**

*Puentes epistemológicos de las prácticas comunicativas digitales*

Dimensión	Estudios Culturales Concepto y característica	Práctica comunicativa digital Concepto y continuidad conceptual
Sujeto	<p><b>Audiencia</b> Destaca una relación pasiva en la producción de contenidos, pero reivindica la resistencia del sujeto a través de la decodificación proveniente de sus condiciones históricas y materiales.</p>	<p><b>Usuario-operador</b> Reivindica la capacidad productora del sujeto y reconoce su importancia en la dinámica operativa de las TIC e Internet. Además, reconoce su emergente rol como gestor de los circuitos de información que construye bajo sus intereses.</p>



<b>Tecnología</b>	<p><b>Forma cultural / Objeto transicional</b> El medio construye su propia función sociocultural a través de su incorporación en la vida cotidiana; a nivel individual obtiene un significado múltiple dependiendo de su interrelación con el sujeto.</p>	<p><b>Dispositivo tecnológico</b> Reconoce que la domesticación es dual: el sujeto somete a sus diseños a la tecnología, pero la tecnología limita dichas acciones a las capacidades tecnológicas que le permite al sujeto.</p>
<b>Finalidad</b>	<p><b>Experiencia</b> Significación del medio como un lugar desde donde contemplar y participar en el mundo. La experiencia se ve intervenida y moldeada por la tecnología y los contenidos que ésta ofrece.</p>	<p><b>Objetivo en diferentes campos</b> Los objetivos están relacionados a las tres formas en que las TIC e Internet son pensadas: como instrumento, como ambiente y como proyección del sujeto.</p>

Elaboración propia.

A partir de esto es posible afirmar que la experiencia del sujeto con las TIC e Internet tiene cambios disruptivos: la capacidad de intervenir los flujos de información en Internet mediante la destreza operativa del sujeto, el conocimiento adquirido y mejorado a través de la experiencia tecnológica (con otros medios o con las actualizaciones de la interfaz), así como las prácticas y los objetivos que pueden construir o conseguir para satisfacer necesidades de orden cultural, informativo e identitario obligan a pensar en nuevas formas de nombrar dichos procesos. Así, la noción de prácticas comunicativas digitales pretende abonar a esta discusión y analizar cómo y por qué de la relación jóvenes-tecnología pueden desprenderse estrategias para evadir obstáculos y vivir una experiencia juvenil dentro/entre/fuera del espacio digital.

En un contexto heterosexista cualquier disidencia sexogenérica es objeto de potencial estigma y otrificación dado que representa un cuestionamiento frontal a la legitimidad de la cisheteronorma en la vida cotidiana (Goffman, 2006; Pérez Salazar, 2021). Consecuentemente, todo elemento cultural, informativo o proceso de socialización directa o indirectamente vinculado a las comunidades LGBTIQ+ es desestimado y relegado de la vida cotidiana por la dislocación sociocultural que promueve.

Estos mecanismos tienen como base la cisheteronorma, por lo que su despliegue en la vida cotidiana termina ubicando a las personas LGBTIQ+ en una posición de opresión que se legitima a través de su invisibilidad en los espacios cotidianos y el imaginario colectivo; al no ser reconocidos, ni nombrados, las personas disidentes a la cisheteronorma terminan siendo excluidas, encubriendo sus problemáticas y necesidades. Esta posición periférica y subalterna obliga no solo a que las disidencias sexogenéricas construyan su vida diaria en un constante proceso de presentación y

representación en el espacio público y privado, sino que les exige diseñar estrategias para acceder a esos recursos culturales o comunicativos, reforzar su dimensión sexoidentitaria y ser partícipe del sentido de comunidad imaginada sin ser objeto de violencia (Goffman, 2019).

En este proceso las TIC e Internet adquieren un peso subversivo y contrahegemónico ya que ofrecen un acceso rápido a dicho contenido y a la vez se convierten en espacios proclives para socializar con personas LGBTIQ+ de otras coordenadas y realidades; en ambos casos, los dispositivos tecnológicos y el espacio digital reducen la posibilidad de que ocurra una acción de otrificación al dotar a dicha persona de recursos tecno-operativos para recalibrar y resignificar su subalternidad (Olmedo Neri, 2021).

De hecho, pensar las TIC e Internet como herramientas y/o espacios está implícitamente relacionado con las formas en que el pacto comunicación-tecnología se expresa (Sfez, 1995), es decir, mientras que el consumo de información requiere de prácticas comunicativas digitales que asumen las TIC e Internet como un instrumento, la socialización asume los dispositivos tecnológicos y el espacio digital como un espacio que puede ser habitado. Estos elementos son campos emergentes en la comunicación, por lo que su abordaje puede ser autónoma o interrelacionada (Giménez, 2011).

En el caso de los jóvenes, el consumo de información, la socialidad y la identidad son elementos indisolubles a la experiencia juvenil contemporánea (Becerra Romero, 2015; Olmedo Neri, 2022; Parra, 2021). Esto quiere decir que estas dimensiones están estrechamente relacionadas dentro del acontecer de los jóvenes y son elementos que les ayudan a ser partícipes de la realidad social, por lo que su experiencia es el punto de partida para comprender las prácticas comunicativas digitales que de ella emanan.

## **Metodología**

Se ha empleado el método de sistematización de la experiencia para recuperar la subjetividad de las personas entrevistadas y a partir de ella generar un conocimiento científico que sea fiel al lugar de enunciación de sus protagonistas (Mera, 2019).

La experiencia es enriquecedora porque su recuperación y sistematización obliga a que el sujeto realice un proceso reflexivo para entender su actuar ante un

fenómeno cotidiano donde ha participado directa o indirectamente. Esta reflexividad ontológica permite reconstruir la mirada del sujeto y su posición dentro del acontecer para comprender las dinámicas que sustentan la relación sujeto-tecnología (Orozco & González, 2011).

Aquí se presentan los resultados obtenidos de una entrevista realizada a un joven gay y a una joven queer. Los criterios de selección fueron: 1) que se reconozcan como jóvenes LGBTIQ+, 2) que posean entre los 18 y 29 años, 3) que tengan una formación universitaria o de posgrado en la Universidad Autónoma Chapingo o en la UNAM, y 3) que reconocieran la dimensión territorial de su entorno como rural, semirural o semiurbano.

Estas entrevistas forman parte de la primera fase de trabajo de campo realizado en el marco de la actual tesis doctoral que se lleva a cabo en el Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. A pesar de que esta aproximación tiene áreas de mejora respecto a la representatividad de la investigación, los resultados obtenidos permiten analizar las condiciones generales para fortalecer la idea de pensar de manera específica la experiencia de jóvenes universitarios LGBTIQ+.

A estos jóvenes se les aplicó una entrevista semiestructurada cuyas secciones exploran su experiencia juvenil y las prácticas comunicativas digitales en el campo del consumo de información, la socialidad y la identidad digital. Las entrevistas semiestructuradas son útiles porque ofrecen un guía para el investigador e implícitamente otorgan una libertad a la persona entrevistada para destacar o articular ciertos elementos con otras áreas que le son importantes desde su reflexividad ontológica (Orozco & González, 2011).

Finalmente, se recuperan algunos extractos de las entrevistas para identificar y problematizar sus prácticas comunicativas digitales.

## **Resultados**

El entrevistado 1 tiene 23 años, es gay y su lugar de origen es una comunidad rural del municipio de Ahuacoutzingo, Guerrero. Sin embargo, al ingresar a la Universidad Autónoma Chapingo tuvo que mudarse al Estado de México para estudiar la carrera de Ingeniero Forestal; recién obtuvo su título. Por su parte, la entrevistada 2 tiene 21 años y se reconoce como una joven queer; la mayor parte de su vida la ha

pasado en una localidad semiurbana en el municipio de La Paz, Estado de México, sin embargo, la carrera de Comunicación en la UNAM la llevó a rentar en la Ciudad de México.

Si bien ambas biografías están diferenciadas por su clase social, su ubicación geográfica y la carrera que eligieron, entre otros factores, el entrevistado y la entrevistada poseen un común experiencial a partir de su disidencia sexogenérica. De ello destaca la falta de referentes LGBTIQ+ en la vida cotidiana; esto generó en ellos un proceso de extrañamiento y llegó a desembocar en un sentimiento de crisis existencial como resultado de la singularidad que representaban al no reproducir el mandato cisheterosexual dominante. La ausencia de referentes LGBTIQ+ busca ejercer y reforzar el estigma sobre quienes desafían política, social y simbólicamente la cisheteronorma.

Al respecto, la entrevistada 2 cuenta que:

La comunidad LGBT+ parece inexistente en las calles y en las pláticas de los vecinos, nadie habla del tema. Las pocas parejas que llega a haber son juzgadas y señaladas constantemente como algo malo, aunque no se han sufrido casos de agresión que yo sepa. (Entrevistada 2, 21 años, comunicación personal, 8 de febrero de 2023)

El señalamiento y la significación negativa hacia las personas LGBTIQ+ son manifestaciones de la opresión legitimada por el contexto heterosexista; estos procesos se despliegan en la vida cotidiana y afectan a los jóvenes LGBTIQ+ pues los obliga a estar en un estado permanente de alerta que condiciona sus comportamientos en el espacio público y privado (Goffman, 2019). En la comunidad del entrevistado 1 el estigma también está presente, pero además reconoce cómo la sensación de opresión condiciona su actuar cotidiano, ya que “Yo mismo me cierro; no puedo andar libremente de la mano [con otro chico], por el miedo de que toda la gente no lo vea bien” (Entrevistado 1, 24 años, comunicación personal, 27 de enero de 2023).

A nivel colectivo, la ausencia de referentes LGBTIQ+ y el estigma predominante han intervenido en la interacción con sus pares, limitando su participación en procesos de socialización. Ambos entrevistados mencionaron que cuando sus familiares o compañeros en la primaria/secundaria les preguntaban por las personas que les gustaban, ambos preferían no responder o decir que estaban más enfocados

en estudiar. Esta ‘típica’ pregunta no solo representa un mecanismo legitimado que reproduce de manera implícita la cisheteronorma, sino que además evidencia explícitamente los constreñimientos generados en los jóvenes LGBTIQ+ para responder sin evidenciar su orientación sexual, identidad y/o expresión de género. En suma, estos ejemplos muestran que la experiencia juvenil LGBTIQ+ tiene particularidades inherentes a su ensamblaje sexoidentitario, lo cual no está presente en la experiencia de aquellos jóvenes cisgénero-heterosexuales.

Ante estas situaciones, las TIC e Internet se vuelven espacios de contrapoder a la opresión cisheteronormativa cotidiana que los jóvenes LGBTIQ+ aprovechan para acceder a un conjunto de contenidos, contactos y espacios donde su orientación sexual, identidad y expresión de género adquieren otro peso, sentido y visibilidad. En cuanto al consumo de información, los jóvenes entrevistados indicaron que *con y a través de* Internet encontraron información y contenidos referentes a las disidencias sexogenéricas, con las que se erosionaba la legitimidad de la cisheteronorma. Dicho de otra manera, el espacio digital ofreció a los jóvenes LGBTIQ+ narrativas contrahegemónicas que lejos de reproducir la opresión y/o el estigma, en realidad contribuyeron a su cuestionamiento y fragmentación para dar alivio existencial a los jóvenes disidentes de la cisheteronorma (Olmedo Neri, 2022; Parra, 2021).

De hecho, detrás de la búsqueda de información se encuentran diferentes finalidades y dispositivos; por ejemplo, el entrevistado 1 inició buscando en Internet temas vinculados a la salud sexual, derechos culturales y en general sobre qué era/significaba/implicaba ser una persona gay; este consumo informativo tenía el objetivo de fortalecer su orientación sexual, pero sobre todo tener argumentos para debatir y defenderse de los discursos de odio o la desinformación predominantes en sus espacios cotidianos fuera de Internet. Este entrevistado buscaba esta información a través de una computadora en el cibercafé de su comunidad, ya que no contó con un celular con acceso a Internet sino hasta la preparatoria; él recurría al cibercafé y empleaba el tiempo para realizar sus tareas escolares y buscar esta información en páginas web y Facebook.

Resulta importante destacar la relevancia simbólica del cibercafé y las prácticas comunicativas digitales que este joven gay empleó para poder escapar del potencial estigma al consumir este tipo de información y al mismo tiempo realizar las tareas

que justificaban su estancia en ese lugar. El entrevistado 1 relata que siempre buscaba ocupar una PC que estuviera arrinconada o que estuviera cerca de una pared, porque ello le permitía reducir su estado de alerta ante la vigilancia de los administradores y de los otros usuarios cuando él consultaba información relacionada a su disidencia sexogenérica.

Entre sus estrategias destaca el tener dos ventanas abiertas para minimizar aquella relacionada a temas LGBTIQ+ ante la aproximación de alguien, con el fin de no levantar sospechas; solo hasta que él trabajó como administrador de un cibercafé supo de los historiales de búsqueda dentro de las PC y de los programas empleados en estos negocios para conocer las páginas consultadas en las diferentes máquinas. A partir de ello aprendió a borrar los historiales e incorporar dicha estrategia a sus prácticas comunicativas digitales en su laptop, por ejemplo.

En el caso de la entrevistada 2, Internet tuvo un papel secundario, pero igualmente estratégico; aunque ella recibió talleres de sexualidad en la escuela, con YouTube, Wattpad y plataformas sociodigitales profundizó su conocimiento sobre las poblaciones LGBTIQ+ y accedió a narrativas libres de estigma. Entre los objetivos que perseguía se encontraba el conocerse mejor, asegurarse de que su vida no tendría un final trágico como todas las historias/representaciones mediáticas LGBTIQ+ -construidas desde la cisheteronorma- le habían hecho creer y sobre todo tener información para que, al momento de reconocerse como queer ante su madre, tuviera argumentos para desarticular el estigma o el cuestionamiento fundado en la cisheteronorma que pudiera presentarse en ese proceso de autorreconocimiento familiar/público. Ella accedió a esta información a través de su propio celular móvil y en su casa dado que tenía garantizado el acceso a Internet.

En su caso, la joven queer tenía un mayor conocimiento sobre las TIC e Internet, por lo que sabía cómo borrar el historial de búsqueda. Sin embargo, no empleó este tipo de estrategias dado que realizaba la búsqueda de este tipo de información mayoritariamente desde su celular y este era un signo de autonomía ante sus padres, por lo que no tenía miedo o preocupación en que ellos se lo pidieran para revisar lo que hacía con ese dispositivo tecnológico.

En ambos casos, la práctica comunicativa digital se articula para satisfacer necesidades informativas ligadas a su orientación sexual, identidad y expresión de

género, así como conocer otras narrativas que contribuyeron a reducir la sensación de opresión vivenciada en sus entornos cotidianos (Olmedo Neri, 2022). Por esta razón, las TIC e Internet en el consumo de información se perciben como herramientas que ofrecen acceso a contenidos alternativos y con un profundo carácter contrahegemónico a la cisheteronorma desplegada en sus contextos no digitales, ya que diluye la posibilidad de que los jóvenes LGBTIQ+ sean cuestionados por consultar/consumir este contenido restringido o moralmente desaprobado.

Las habilidades tecno-operativas fueron básicas, pero se complejizaron al, por ejemplo, aprender a borrar el historial de búsqueda en la computadora del cibercafé o descargar aplicaciones y domesticarlas para filtrar los contenidos a los de su interés. La diferencia de los dispositivos empleados descansa en cuestiones socioeconómicas, pero el proceso de domesticación presenta similitudes tecno-operativas derivadas del cuestionamiento cisheteronormativo de las disidencias sexogenéricas.

En cuanto a la socialidad, las prácticas comunicativas digitales de los jóvenes LGBT+ están orientadas a reducir el extrañamiento individual, encontrar a un otro igual y construir redes sociales de apoyo (Olmedo Neri, 2022; Parra, 2021). Las redes sociales de apoyo aluden al conjunto de contactos que ofrecen (in)conscientemente un soporte emocional, social o cultural hacia una persona que es vulnerada por una o varias desigualdades sistémicas ancladas a su clase social, etnia, identidad/expresión de género u orientación sexual. En el caso de las personas LGBTIQ+, las redes sociales de apoyo están conformadas por aquellos contactos que pertenecen a estas comunidades o que las reconocen de manera positiva, por lo que su función no solo es reducir el estigma cotidiano, sino fortalecer la dimensión sexoidentitaria de dicha persona y en algunos casos conformar un círculo íntimo con un peso y significado igual o mayor al de la familia.

Los jóvenes entrevistados indican que parte de sus redes sociales de apoyo las han construido o ampliado mediante Internet, es decir, que el espacio digital permitió que estos jóvenes disidentes de la cisheteronorma conocieran a otras personas -LGBTIQ+ y no-, las cuales han contribuido positivamente en el diseño de su dimensión sexoidentitaria. Los dispositivos utilizados en esta práctica comunicativa son los celulares móviles y específicamente emplearon aplicaciones de citas como Grindr o Tinder; el entrevistado 1 y la entrevistada 2 entraron a estas aplicaciones no con el

fin de concretar un encuentro sexoafectivo, sino para conocer a un otro-igual a ellos en su entorno cercano y adentrarse en los consumos culturales que eran empleados para socializar en línea. La entrevistada 2 menciona que:

Yo descargué Tinder a los 14 en mi celular y lo tenía solo para ver si había personas igual que yo, pero que no se podían visibilizar, tal vez, en otros lugares, pero sí en las aplicaciones de citas. Y yo, muchas amigas mías de la comunidad las hice por las aplicaciones (...) La usé [la aplicación] para socializar porque era un lugar seguro. (Entrevistada 2, 21 años, comunicación personal, 8 de febrero de 2023)

Por su parte, el entrevistado 1 entró a estas aplicaciones, pero ante la intensidad del uso primario que le daban otros usuarios-operadores (concretar encuentros sexuales despojados de todo afecto y sin posibilidad de trascender a una relación formal), terminó desinstalándolas. Sin embargo, en Facebook buscó y se unió a grupos cuyos integrantes eran parte de las poblaciones LGBTIQ+; estos grupos le permitieron no solo conocer a más gente, sino acercarse a los consumos culturales que se asumían como ‘propios’ de las diferentes poblaciones que constituyen esa comunidad LGBTIQ+ imaginada.

Estos usos disruptivos muestran que Internet no solo se vuelve un ambiente donde los jóvenes disidentes a la cisheteronorma desarrollan parte de su experiencia juvenil, sino que además es un lugar común de encuentro para las disidencias sexogénéricas (Martel, 2013; Montoya Gastelum, 2020; Olmedo Neri, 2022). Ante un ambiente heterosexista, Internet ofrece espacios para que personas LGBTIQ+ espacialmente cercanas o de otras coordenadas, pero con la misma experiencia, puedan congregarse, conocerse y reducir colectivamente la opresión cisheteronormativa. Estos otros usos que le dan a las aplicaciones de citas o a las plataformas sociodigitales muestran estas prácticas periféricas y cómo están determinadas no por su condición de clase social o ubicación geográfica, sino por las necesidades derivadas del ensamblaje sexoidentitario que han construido en su devenir histórico.

En ambos casos, estos vínculos sociales se fortalecieron por las posibilidades de interacción e interactividad que ofrecen las interfaces, pero además resignificó el consumo de información que venían desarrollando. En otras palabras, crear, fortalecer o ampliar las redes sociales de apoyo le dan acceso a la/el joven a las lógicas



(re)productoras de la subcultura LGBTIQ+. Por lo tanto, esta interacción obligó a ampliar y refinar las búsquedas de información y en general los consumos culturales para que los vínculos sociales perduraran, se fortalecieran e incluso se extrapolaran más allá del soporte digital.

En el caso del entrevistado 1, sus redes sociales de apoyo se encuentran integradas por amistades cisheterosexuales y LGBTIQ+, pero solo a través de la interacción con quienes comparten la disidencia sexogenérica ha podido ampliar su consumo cultural para entender y participar en el *background* cultural LGBTIQ+. Esto quiere decir que fueron sus amistades disidentes a la cisheteronorma y sus parejas quienes le enseñaron qué actores, cantantes o personajes eran icónicos para la comunidad y el significado de algunas canciones. Esto amplió sus temas de conversación más allá de la dimensión política e identitaria que él hacía con sus primeras búsquedas de información.

A Juan Gabriel y Gloria Trevi y a todos ellos [los escuché/conocí] en la prepa. Cuando tuve a mi primer pareja, él me dijo “ah, mira, escucha a Lady Gaga” y pues yo de “¡Wey! Está en inglés, ni siquiera le entiendo”. Pero cuando fui viendo la letra entendí por qué la escuchaba. (Entrevistado 1, 24 años, comunicación personal, 27 de enero de 2023)

En el caso de la entrevistada 2, los contenidos y las amistades que hizo en Internet la llevaron a ampliar sus consumos culturales y fortalecer su lazos de amistad ya que ampliaba sus temas de conversación y la socialización por sobre las diferencias de clase social, ubicación geográfica o idioma. Para ella, las narrativas que tenían en su centro a las disidencias sexogenéricas especialmente lesbianas y queer, fueron cruciales para diluir la internalización del estigma y resignificar su ensamblaje sexoidentitario, ya que le ofrecían representaciones mediáticas contrahegemónicas a las históricamente producidas y difundidas desde los medios de comunicación masiva.

En suma, el ensamblaje tecnológico, cultural, informativo y socializador que se articula entre Internet, los dispositivos tecnológicos y la experiencia juvenil LGBTIQ+ les ha permitido a estos jóvenes identificar y reconocer a sus pares disidentes sin que explícitamente lo enuncien, lo cual es parte de las estrategias que solo se leen en clave lgbtera dentro de los espacios cotidianos.

Así, estas biografías muestran cómo las prácticas comunicativas digitales están orientadas a satisfacer aquellas necesidades de orden informativo, cultural y social que en los espacios cotidianos son restringidos u objeto de estigma, porque contravienen la cisheteronorma. Dentro de sus experiencias espacialmente distantes, pero comunes, los dispositivos tecnológicos e Internet representan una oportunidad para contactar a otros-iguales y acceder a narrativas que se forman en otras coordenadas y desde otras realidades (Olmedo Neri, 2021).

A partir de lo encontrado, el estudio del consumo de información y la socialidad digital puede ser específico o interrelacionado y ello no supone una exclusión, sino una reciprocidad empírica dentro de la experiencia juvenil LGBTIQ+. El consumo de información y contenidos afirmativos no solo fortalece la dimensión sexoidentitaria del joven LGBTIQ+, sino que paralelamente permite la socialización con sus otros-iguales. Sin embargo, dichos vínculos amplían/exigen consumos culturales para su perduración y pueden decantar en una red social de apoyo. Por lo tanto, socializar con pares disidentes a la cisheteronorma implica afinar el consumo cultural para ser parte de las conversaciones y no quedar al margen de ellas.

En estos procesos los dispositivos tecnológicos e Internet juegan funciones diversas, articulando sentidos, acercando a los usuarios-operadores y mostrando su relevancia para la experiencia juvenil LGBTIQ+ contemporánea. Esto confirma su escisión cualitativa sobre este concepto construido desde la cisheteronorma; de manera inicial, se puede entender la experiencia juvenil LGBTIQ+ como el conjunto de experiencias formadas *con, en, por* y *sin* los dispositivos tecnológicos e Internet que el sujeto disidente a la cisheteronorma vivencia durante su juventud y donde su ensamblaje sexoidentitario tiene un peso estructural que se suma a las desigualdades sistémicas que de por sí le afectan, ya que los enfrenta a dinámicas contingentes de exclusión propias del contexto heterosexista en el que se desarrollan.

Además de ello, la percepción de cercanía que generan los dispositivos tecnológicos e Internet entre los usuarios-operadores LGBTIQ+ y la seguridad ontológica que le ofrecen al sujeto para resignificar su orientación sexual, identidad y expresión de género no cisheteronormadas en la vida cotidiana los vuelven herramientas y espacios desde donde conocer y participar en la experiencia juvenil de su tiempo.

Aunque la construcción de la identidad en Internet no fue incluida aquí, este elemento juega un papel de la misma relevancia que el consumo de información y la socialidad, por lo que se requiere develar sus articulaciones e implicaciones dentro de la experiencia juvenil LGBTIQ+.

Finalmente, la noción de prácticas comunicativas digitales reconoce el papel de los dispositivos tecnológicos e Internet como instrumentos y espacios, pero también evidencia que las finalidades que persiguen los jóvenes LGBT+ a través del espacio digital y las TIC están estrechamente ligadas a la domesticación de la tecnología y a la experiencia que les genera en su vida cotidiana. Por ello, es preciso seguir afinando dicha propuesta conceptual para reconocer singularidades empíricas.

## **Conclusiones**

La conceptualización predominante de la experiencia juvenil no considera las disidencias sexogenéricas y homogeniza analíticamente los significados/usos de las TIC e Internet entre el sector juvenil. De esta manera, los jóvenes LGBTIQ+ y los usos que le dan a los dispositivos tecnológicos e Internet gozan de una posición periférica en el campo de estudios sobre juventud y comunicación. Por ello, su reconocimiento y enfoque permite develar aquellas particularidades que enfrentan en su experiencia juvenil, así como renovar dicho campo analítico.

Ante ello, este trabajo ofrece evidencia sobre cómo los jóvenes LGBTIQ+ otorgan significados y usos particulares a los dispositivos tecnológicos y al espacio digital, como resultado de la posición subalterna que adquieren al reconocerse como parte de las disidencias sexogenéricas en una sociedad construida predominantemente desde la cisheteronorma.

Los hallazgos de este trabajo permiten proponer que existe una experiencia juvenil LGBTIQ+; dicha experiencia juvenil muestra particularidades que están ausentes en la experiencia de los jóvenes cisgénero-heterosexuales. Las experiencias aquí recogidas evidencian que, a pesar de tener biografías situadas en contextos heterogéneos, todas ellas comparten una experiencia común atravesada por la cisheteronorma. Aunque los jóvenes LGBTIQ+ entrevistados no se conocen, comparten ciertas experiencias que terminan significando Internet y las TIC de la misma manera, esto es como un lugar desde donde se produce la contrahegemonía, ya que a partir

de las posibilidades tecno-operativas ellos pueden acceder a contenidos pensados por y para personas LGBTIQ+ y encontrarse con otras personas que comparten su disidencia sexogenérica.

Desde esta visión, los dispositivos tecnológicos e Internet se configuran como herramientas y espacios donde los jóvenes LGBTIQ+ resignifican su posición subalterna dentro de la sociedad cisheteronormada al recalibrar las asimetrías de poder ancladas a la orientación sexual, expresión e identidad de género, así como idear mecanismos que diluyen el estigma y les permite repositionar su disidencia sexogenérica como un elemento que configura el ser/estar dentro de su experiencia juvenil.

A partir de lo anterior, la propia conceptualización de la experiencia juvenil no ha considerado con suficiente relevancia el papel de las TIC e Internet y los hallazgos aquí encontrados evidencian esta ausencia y el potencial analítico que puede generarse en el campo de la juventud y la comunicación.

Los hallazgos muestran cómo los dispositivos tecnológicos e Internet ofrecen accesos directos y permanentes a contenidos pensados fuera del estigma, acercan a las personas LGBTIQ+ para socializar fuera de los contextos heterosexistas cotidianos y permiten generar espacios comunes donde su interacción e interactividad amplían/afinan sus consumos culturales e informativos al *background* (re)producido por las disidencias sexogenéricas.

Las formas en que estos jóvenes emplean las TIC e Internet para concretar objetivos específicos dan fortaleza empírica a la noción de prácticas comunicativas digitales; la destreza de los jóvenes es clave porque a través del ensayo/error y la experiencia obtenida/mejorada con sus dispositivos tecnológicos potencian el objetivo definido. Cada finalidad permite pensar en prácticas comunicativas digitales específicas, pero ellas están articuladas por su enclave tecnológico, cultural, subjetivo e informativo; en este trabajo se visibilizó que la relación entre consumo de información y la socialización se da mediante la subcultura LGBTIQ+.

Finalmente, los objetivos que persiguen no solo están enmarcados en las lógicas de la experiencia juvenil digital contemporánea, sino que dichas prácticas contribuyen a satisfacer necesidades informativas, identitarias y de socialización que el entorno heterosexista restringe o estigmatiza, por lo tanto, los jóvenes LGBTIQ+ en tanto sujetos de estudio no solo representan un grupo juvenil específico, sino que

sus experiencias y prácticas ofrecen la posibilidad de liberar conceptos y categorías de la mirada cisheteronormativa que restringe su uso actual.

## Referencias

- Becerra Romero, A. T. (2015). Jóvenes e internet. Realidad y mitos. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(47-2), 65-75. <https://doi.org/10.20983/noesis.2015.13.5>
- Del Campo, S. D. A., Alonso, R. C., y Taboada, J. I. G. L. (2020). Brechas digitales de género. Una revisión del concepto. *Etic@ net. Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*, 20(1), 34-58.
- Escosteguy, A. C. (2002). Una mirada sobre los estudios culturales latinoamericanos. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 8(15), 35-55.
- Fernández Hasan, V. (2011). Balance de los estudios culturales en América Latina. La ruta de la comunicación en la definición del objeto. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, (Número Especial), 1-22.
- Giménez, G. (2011). Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas. *Cultura y Representaciones Sociales*, 6(11), 109-132
- Goffman, E. (2006). *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu
- Goffman, E. (2019). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu.
- INEGI. (2021). *Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG-WEB). Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021*. INEGI.
- Kellner, D. (2011). *Cultura mediática. Estudios Culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. Akal.

- Lemus Pool, M. (2019). Tendencias sobre jóvenes, cultura digital y comunicación alternativa. Apuntes para repensar la participación en los nuevos entornos digitales. En M. C. Lemus Pool, C. Bárcenas Curtis, & A. S. Millán Orozco (Coords.), *Juventudes y tecnologías digitales. Tendencias y discusiones actuales en la investigación científica* (pp. 95-116). UAT-Colofón.
- Martel, F. (2013). *Global gay. Cómo la revolución gay está cambiando el mundo*. Taurus.
- Mattelart, A., & Neveu, É. (2004). *Introducción a los Estudios Culturales*. Paidós.
- Mera, K. (2019). La sistematización de experiencias como método de investigación para la producción del conocimiento. *Rehuso*, 4(1), 99-108.
- Mignolo, W. D. (2003). Las humanidades y los estudios culturales: proyectos intelectuales y exigencias institucionales. En C. Walsh (Ed.), *Estudios Culturales Latinoamericanos. Retos desde y sobre la región andina* (pp. 31-58). Universidad Andina Simón Bolívar- Abya Yala.
- Montoya Gastélum, G. (2020). “Soy una mujer trans, si no sabes qué es ser mujer trans, te voy a explicar. La construcción de la intimidad juvenil y la gestión de expectativas amorosas y sexuales en la era digital. En E. Pérez Reséndiz, & G. Montoya Gastélum (Coords.), *Jóvenes entre plataformas sociodigitales. Culturas digitales en México* (pp. 151- 198). UNAM.
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu.
- Olmedo Neri, R. A. (2021). Cartografías conectivas: un acercamiento a la construcción de redes sociodigitales del movimiento #LGBT. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (147), 123-142. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i147.4456>
- Olmedo Neri, R. A. (2022). Medios LGBT+ en internet: experiencias de comunicación e información en México. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales*, 31(62), 41-59. <https://doi.org/10.20983/noesis.2022.2.3>

Orozco, G., & González, R. (2011). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Tintable.

Parra, N. (2021). Transiciones y soportes. La familia y la comunidad en las trayectorias biográficas de adolescentes trans. *Quadernos de Psicología*, 23(1), 1-20. <https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1636>

Pérez Salazar, G. (2021). *Identidad y virtualidad. Aproximaciones desde la comunicación*. Tintable.

Sfez, L. (1995). *Crítica de la comunicación*. Amorrortu.

Silverstone, R. (1996). *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu.

Stevenson, N. (1998). *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Amorrortu.

Urteaga, E. (2009). Orígenes e inicios de los Estudios Culturales. *Gazeta de Antropología*, 25(1), 1-17. <http://hdl.handle.net/10481/6872>

## FECUNDIDAD EN NIÑAS-MADRES DE 10 A 14 EN MÉXICO: OCULTAMIENTO DE LOS COGESTANTES

Luis Alfonso Guadarrama Rico  
[laguadarramar@uaemex.mx](mailto:laguadarramar@uaemex.mx)

Universidad Autónoma del Estado de México

La natalidad adolescente ha constituido un motivo de atención social y mediática en la mayoría de los países del mundo. En naciones con economías de ingresos altos, se ha observado que los casos y las Tasas Específicas de Fecundidad en Adolescentes (TEFA), tanto en el grupo de 15 a 19 como en las niñas-adolescentes de 10 a 14, son considerablemente bajas<sup>1</sup>.

En 2023, Naciones Unidas informó que Australia, Irlanda, Austria, Islandia, Finlandia, Italia, Suecia, Japón, Países Bajos, Singapur, Noruega, Suiza y Dinamarca, entre otros, no reportaron ningún caso de estas niñas-madres. Excepto Austria y Dinamarca, ninguno de estos países tuvo estas incidencias, al menos desde 2015 hasta 2023. Con respecto a sus TEFA, en el grupo de 15 a 19 –en el que usualmente se hallan entre el 84% y 98% de los casos— sus tasas oscilaron entre 7.5 y 1.7 por cada mil adolescentes (United Nations, 2023). Ello refleja la influencia de factores estructurales, al tiempo que existen otras condiciones de corte institucional y cultural como la efectiva aplicación de leyes que sancionan los delitos sexuales.

En países con ingresos medios o bajos, la incidencia de la natalidad antes de los 20 años es mayor. México reportó en 2023 una TEFA:10-14 que alcanzó 1.7 casos por cada mil niñas. Con respecto al grupo de 15 a 19 años, el país obtuvo una TEFA de 53.2, por cada mil adolescentes (United Nations, 2023). Por cada cien madres

---

1. En los sucesivos, por economía de este documento, a menos que se indiquen otras edades naturales o simples, siempre que se anoten niñas o niñas-madres, estarán referidas al grupo etario de 10 a 14 años.



adolescentes que viven en el país, 98 tienen entre 15 y 19 años; las dos restantes son niñas-madres (Guadarrama et al., 2024).

Ante dicha situación, a inicios del año 2015, el Gobierno federal –como otros países del orbe– comprometió en su Agenda 2030 que erradicaría los casos de niñas-madres y, que bajaría a la mitad la TEFA:15-19. (Gobierno de la República, 2015; Gobierno de México, 2021). Para ello, puso en marcha lo que denominó: Estrategia Nacional para la Prevención del Embarazo en Adolescentes (ENAPEA).

Hasta el año 2022, la tendencia reveló que la erradicación de los casos de madres menores de 15 años parece lejana. Durante el periodo 2015-2022, poco más de 82 126 niñas fueron vulneradas, física, sexual, psicológica y socialmente, al imponerles la maternidad (Casas et al., 2016). En el país, cada mes 855 niñas están sufriendo de eclampsia, preclampsia, desnutrición, infecciones en vías urinarias durante la gestación, al tiempo que, llegado el momento, viven un prolongado trabajo de parto normal o deben encarar una cesárea programada o de emergencia; la mayoría de ellas cuando están cumpliendo entre los 13 o 14 años de edad (Narea et al., 2020; Ramos, 2021; Soriano, 2016; ).

Distintas investigaciones relevan que estos casos están ligados con delitos como el incesto, el estupro, el abuso sexual incestuoso, la violación sexual y el encubrimiento por parte de las familias, tanto de las niñas-madres, como de aquellos masculinos que les impusieron la gestación. Se ha señalado que el abusador sexual generalmente gravita en el entorno de estas menores; incluso se sabe que hay una clara incidencia de transgresores sexuales cuyo parentesco suele ser el tío, sobrino, primo, o el abuelo, por vía materna (Chiaroti, 2016; Correa, 2024; González, 2019; Moura et al., 2019). Existe la creencia, en parte difundida por las noticias y por la industria cinematográfica, de que estas situaciones solamente ocurren en estratos socioeconómicos bajos. Sin embargo, en todas las clases sociales se producen estos hechos, aunque las mayores incidencias acontecen en familias pobres (Casas, 2016; Graciano & Toledo, 2020; Lucero, 2023).

Algunas autoras(es) revelan que estas menores suelen ser pasar por episodios de descrédito por parte de sus respectivas madres o al interior de toda la familia; especialmente cuando ellas confiesan estar viviendo abusos sexuales por parte de algún pariente (González, 2019; Villanueva, 2013). Incluso, hay madres que acusan

a sus hijas de “haber provocado” el abuso sexual. Al respecto, llama la atención que existan pocos trabajos focalizados en explorar las características sociales que tienen los cogestantes que preñaron a niñas menores de 15 años.

Lo que buscó el presente trabajo fue tratar de profundizar en aquellas posibles estructuras sociales e institucionales que se articulan y operan intencionalmente o de manera involuntaria para hacer posible que una parte de aquellos masculinos que preñan a estas niñas en México, consigan ocultar su participación, habiendo cometido (presumibles) actos de violencia sexual y de abuso sexual en general, como de abuso sexual incestuoso en estas niñas-madres.

### **Punto de partida del estudio**

Las instituciones con diversos objetivos o funciones, así como quienes se interesan en esta problemática, cada año, a través de los informes de la ENAPEA y mediante la consulta a otras fuentes oficiales, conocen los indicadores reportados sobre la incidencia de la fecundidad específica en adolescentes, segmentándola en los dos grupos convencionales: 10 a 14 y 15 a 19. Tales cifras permiten advertir cómo progresa, aumenta o se detiene este fenómeno y qué se debería hacer para mejorar la política pública en salud sexual y reproductiva en adolescentes, así como para conseguir una mejor la prevención del embarazo en adolescentes.

Actualmente se conocen los perfiles sociales, económicos, educativos, biomédicos y reproductivos que refleja la población adolescente que ha procreado, así como las dificultades observadas en los dos grupos etarios (Chiarotti, 2016; IPAS, 2018). Se han explorado las condiciones que enfrentan estas madres y las búsqueda de alternativas para posponer un segundo descendiente. Otras pesquisas han puesto de relieve los obstáculos que ellas encaran para llevar una vida sexual y reproductiva satisfactoria, placentera y apegada al ejercicio pleno de sus derechos humanos. También existen reportes que explican las dificultades al tratar de retomar sus clases, o de capacitarse para obtener empleo remunerado. Se han hecho estimaciones acerca de la pérdida o las desventajas socioeconómicas provocadas en aquellas madres que concibieron a partir de los 20 años o adelante, en comparación con quienes lo fueron mientras pasaban por su adolescencia (Arvizu, del Cid et al., 2022).

A consecuencia de variadas reformas legislativas, tanto en México como en otras latitudes, producto de movimientos sociales --básicamente incentivados desde el feminismo-- conjugados con una mayor visibilidad multimediática, gradualmente ha aumentado el interés acerca de los diversos tipos de violencia que también puede afectar a la población adolescente, entre las que destacan: violencia en general, violencia de género, violencia sexual, explotación sexual, trata de personas, pederastia, pornografía infantil, violencia ginecológica, violencia en el noviazgo, abuso, estupro, violación sexual, violación equiparada, incesto, así como el abuso sexual incestuoso.

Algunos esfuerzos han logrado poner de relieve las características que tienen los masculinos que han procreado con las adolescentes. Con respecto a dicha fecundidad, la investigación de alcance nacional que dio cuenta de algunas características socioeconómicas que ellos tenían, fue desarrollada por Meneses y Ramírez (2017). Las autoras analizaron los registros recuperados desde el año 1990 hasta 2016.

Se reveló que, cuando los cónyuges o las respectivas parejas de estas niñas-madres fueron identificados, éstos tenían entre 15 y 19 años de edad, en el 40% de los casos, seguido del 22.7%, en el rango de 20 a 24 y, del 5%, cuando habían cumplido entre 25 y 29. Si bien en promedio la distancia etaria predominante entre ellas y ellos podría gravitar en alrededor de los cinco años, la brecha podría llegar hasta los 14 años más. Aquellos casos en los que la edad del cogestante no fue especificada alcanzó al 28%.

Cuando se pudo saber a qué se dedicaban ellos, se encontró que en 2106 el 63.8% dijo tener empleo remunerado. Sin embargo, llama la atención que la ocupación “No especificado”, alcanzó el 30.7%, ese mismo año. Nada se supo acerca de su estado de conyugalidad, puesto que dicha categoría, históricamente no sido incluida en los registros de las estadísticas vitales, cuando se trata de los masculinos, por lo que quedan excentos de aportarla. Queda de manifiesto que este tipo de silencio selectivo, continúa ocupando su sitio como otro de los imperativos de la masculinidad. El supuesto es que, a partir del estado de conyugalidad que expresa tener la respectiva mujer, será la misma para el respectivo hombre.

Mediante el sistema institucionalizado de registros, se deduce que el estado de conyugalidad de estos varones, mostró un creciente predominio de la unión libre, con el 61.2% para el 2016. La soltería ascendió hasta el 30.7%. La presencia de los

casados, únicamente alcanzó al 2% de los casos (Meneses & Ramírez, 2017). Quienes habrían quedado separados, divorciados o viudos, representaron porcentajes muy bajos, pero se mantuvo suficientemente visible la categoría de “No especificado”, reportando el 5.6% de los casos para el mismo 2016.

## **Base teórica**

Entre otros recursos, el milenario patriarcado ha empleado a la institución matrimonial para subrayar tanto la subordinación sexual y reproductiva de las mujeres, como para institucionalizar la supremacía del masculino sobre las mujeres (Lerner, 2017). El masculino, dentro del matrimonio y de la familia, ha impuesto su apellido, su identidad, su fuerza real y simbólica. Más recientemente, a pesar de los avances de la genética, continúa haciendo uso de una serie de recursos jurídicos y de argucias para negarse a la realización de pruebas de paternidad, si no conviene a sus intereses.

Aun fuera de la institución matrimonial, el masculino ejerce un predominio que le permite escapar de una gran cantidad de cuestionamientos sociales. Pierre Bourdieu (2000), recuerda que:

La fuerza de orden masculino se descubre en el hecho de que prescinde de cualquier justificación: la visión androcéntrica se impone como neutra y no tiene necesidad de explicarse, por su legitimidad. El orden social funciona como una inmensa máquina simbólica tendiendo a ratificar la dominación masculina en la que se funda. (p. 22)

Es por ello que, cuando toma parte en el embarazo de una criatura, goza del privilegio histórico-social para poder negar su paternidad, hasta que le demuestren lo contrario. A pesar de que se le acredite su paternidad, tendrá la opción de negarla o de ocultarla; pudiendo ganar, incluso, jerarquía, reconocimiento y admiración entre sus congéneres.

El embarazo y la maternidad han estado envueltos por una condición de sacralidad y de aceptación social, a pesar de que la mayor carga de trabajo recae en la madrepasa a lo largo de casi toda su existencia (Cusk, 2022; Lagarde, 2003). Generalmente, la gestación ha sido precedida por una serie de actos coitales voluntarios por parte de una pareja de adultos, libremente integrada. Por ende, se asume

que no ha mediado la violencia ni la coacción. Otra condición esperada es que en la pareja conyugal no existan lazos o grados de consanguinidad ni en líneas laterales, ascendentes o descendentes.

Sigmund Freud (1913), en *Tótem y Tabú* explicó el papel o el horror atávico que ha desempeñado el incesto; convirtiéndose en un tabú, es decir, en un tipo de prohibición que, cuando se logra saltar o librar, evita tanto la neurosis como el castigo social. A decir de Michel Foucault, en la modernidad, a partir del siglo XVIII, dentro de las leyes del matrimonio ya se penalizaba, entre otros, el incesto tanto el espiritual como el carnal (Foucault, 1977).

No obstante, algunos matrimonios, uniones o relaciones de tipo incestuoso, pueden ser eventualmente difíciles de identificar, precisamente por connotar un asunto de orden atávico. Este tipo de transgresiones pueden ocurrir entre una persona adulta y una menor de edad, así como en quienes no pueden tomar decisiones libremente, debido a algún tipo de condición de salud.

A finales de la pasada década de los 90, en México, comenzaron a distinguirse más claramente los delitos de abuso sexual, estupro, violación sexual y el abuso sexual incestuoso (CNDH, 2015). Últimamente, en el país se ha prohibido el matrimonio infantil y forzado, colocando la frontera a partir de los 18 años de edad (Camhaji, 2023; Secretaría de Gobernación, 2019). Además, se está castigando más severamente toda forma de violencia sexual.

Los matrimonios, uniones o relaciones incestuosas suelen tonarse complejas o difíciles de identificar, debido al frecuente encubrimiento familiar, tanto de las madres-niñas, como de aquellos masculinos que impusieron las relaciones sexuales y la gestación a una niña que no había alcanzado los 15 años. Se ha identificado que el abusador sexual o violador gravita en el entorno de estas menores. Usualmente aquellas familias en las que una de sus integrantes ha sido abusada, violada sexualmente o preñada, por diversos factores o circunstancias, tienden a ocultar el suceso, e incluso hay quienes encubren al agresor (Molina, 2021; Morais et al., 2021). Tal ocultamiento se debe a que se trata de un familiar en primer, segundo o tercer grado de consanguinidad. En otros, el suceso es encubierto por temor a acrecentar el estigma social que conlleva hacer pública la afrenta (Casas, 2016; Correa, 2024; González, 2019; Moura et al., 2019; Muñoz, 2023).

Se sabe que las madres menores de 15 años han sido objeto de abuso sexual desde edades más tempranas, es decir, entre los cuatro y cinco años en adelante (Casas, 2016; González, 2019; Montejano, 2020). A paso de unos pocos años, esas niñas vulneradas, sin atinar a comprender qué les ha sucedido, se ven envueltas en un complejo y riesgoso proceso de gestación; también sujeto a un doloroso y prolongado trabajo de parto y, si no sobreviene la fatalidad, comenzarán a encarar una maternidad en condiciones altamente precarias y peligrosas para su integridad y su salud.

Asimismo, se tiende a creer que estos casos únicamente ocurren en los estratos socioeconómicos bajos o que viven en condiciones de pobreza. Sin embargo, en todas las clases sociales surgen este tipo de situaciones de violencia sexual, aunque es cierto que las mayores incidencias ocurren en familias que viven en condiciones de pobreza y marginación (Casas, 2016; Graciano & Toledo, 2020; Lucero, 2023).

Dicho corpus teórico, permitirá encarar y analizar el fenómeno del ocultamiento de los cogestantes que han impuesto tanto el abuso sexual, la violación sexual como la natalidad a niñas menores de 15 años, observada en México durante el periodo 2015-2022. Enseguida se exponen los aspectos de orden metodológico desarrollados.

## **Metodología**

Se partió de la premisa de que un conjunto de circunstancias institucionales, socioculturales y familiares han permitido que una parte de los masculinos que han impuesto la maternidad a niñas menores de 15 años, puedan mantenerse ocultos, fuera del alcance de la justicia y, por ende, impunes. Al respecto, se formularon las siguientes preguntas de investigación:

¿Qué perfil social muestran las niñas-madres cuyas edades van de los 10 a los 14 años? ¿Qué características reflejan aquellos hombres que han procreado con niñas cuyas edades pueden ir desde los 10 hasta los 14 años de edad? ¿Qué dimensiones estadísticas tiene el ocultamiento de los cogestantes que han impuesto la natalidad a niñas menores de 15 años? ¿Cuáles son los mecanismos institucionalizados que favorecen el ocultamiento de los masculinos que han procreado con las menores de 15 años? ¿Qué artilugios o mecanismos de enunciación se traslucen cuando los cogestantes logran pasar inadvertidos u ocultos, a pesar de haber cometido presuntos delitos sexuales como el abuso sexual, el estupro, la violación o el abuso sexual incestuoso?

Para trazar el perfil social de las niñas-madres en México, así como las características de los cogestantes, se utilizaron dos bases de datos oficiales de acceso libre. La primera, es generada por Sistema de Información sobre Nacimientos (SINAC-*Nacimientos*). Este sistema dispone de 65 variables. La segunda fuente, procedió de las estadísticas del INEGI-*Natalidad*. Es un sistema nutrido con 44 variables para cada persona registrada ante algunas de las Oficialías del Registro Civil del territorio nacional. Aporta información de corte social, tanto de la madre, del descendiente y algunas del cogestante que procreó.

Ambas fuentes están colocadas en acceso abierto dentro de sus respectivos portales institucionales. Dicha condición hizo posible la recuperación de los catálogos de codificación para que, al extraer cada registro, se pudiesen realizar las decodificaciones; recuperando así los significantes y significados apropiados. El periodo de información que se procesó y analizó fue del 2015 al 2022. El año inicial, respondió al hecho de que en 2015 se puso en marcha la ENAPEA en México. Fue necesario cerrar en 2022, porque si bien se disponía de información del SINAC-*Nacimientos* hasta el 2023, la base de datos del INEGI-*Natalidad* habrá publicado sus datos en septiembre del 2024.

Una vez que se importaron las 16 bases de datos (ocho procedentes de cada fuente oficial), los registros fueron trasladados a una plataforma digital e interactiva propia, inscrita en el *Proyecto Libélula*<sup>2</sup>. Lo anterior hizo posible manejar eficientemente los casi nueve millones de datos acumulados entre las dos fuentes. También se pudieron aplicar algoritmos para: validar la información; eliminar casos de niñas-madres extranjeras o en tránsito, pero que también eran de otro país; así como evitar incorporar eventuales registros que mostraban inconsistencias.

Se consideraron cuatro macrovariables: 1) Niña-madre menor de 15 años de edad; 2) Características del cogestante, siempre que se hubiese identificado en alguno de los 16 cubos dinámicos consultados; 3) Perfil social de la niña-madre y, en su caso, del cogestante y, 5) Ocultamiento del cogestante. Se definió al cogestante como:

---

2. El *Proyecto Libélula* ha sido financiado con fondos propios y recibe la colaboración permanente de Sandra Lorena Padilla García, Antonio Quintero Zamora, Andrea Teresa Rojo Nápoles y de César Guadarrama Cantú. Desde luego, estoy en deuda con cada una de estas personas, que me han ayudado a darle vida y cauce a este esfuerzo de investigación. Dicho proyecto recibe el cobijo institucional de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx).

la persona de sexo masculino que, teniendo 12 años o más, fuese declarado por la niña-madre o por algún familiar de ella, ante alguna institución de salud o del registro civil, como su pareja, cónyuge, esposo, compañero sentimental, compañero casual o individuo que, participó coitalmente en la procreación del respectivo descendiente.

Por lo que corresponde al ocultamiento del cogestante, se partió de la premisa de que, si no existía ningún dato o código, registrado en alguna de las dos fuentes de información, que permitiera dar cuenta tanto de la edad, ocupación, como de la escolaridad del cogestante que procreó con una niña-madre, entonces se consideró que, por diversas circunstancias, optó por mantenerse oculto. Más aún, a pesar de que pudiese resultar debatible o polémico, se admitió que si al menos una de las tres variables: edad, ocupación o escolaridad se había aportado, no se consideraría como ocultamiento del cogestante. Esta macrovariable se extrajo de los ocho cubos dinámicos de la fuente *INEGI-Natalidad*.

Para aplicar la perspectiva de género al proceso de analítica descriptiva, haciendo uso de los algoritmos correspondientes, se vincularon cada uno de los registros de las niña-madre, con el respectivo cogestante declarado en la base de datos del *INEGI-Natalidad*.

## **Perspectiva del estudio**

Ante el veloz desarrollo de las ciencias de la computación, la informática, la ciencia de datos, combinados con la creciente cobertura del acceso al internet y a la expansión de diversos servicios de almacenamiento, circulación y producción de información mediante el uso de la Inteligencia Artificial (IA), la información de tipo estructurada como la que se pudo utilizar-- está constituyendo un nicho que todavía está siendo subutilizado en esta materia.

Baste recordar que todavía a finales del siglo pasado, la voluminosa información “cuantitativa” que publicaba el INEGI, había estado colocada en grandes archiveros o reproducida en gruesos volúmenes impresos para un reducido porcentaje de la gente interesada en determinado tema. Gracias a la veloz digitalización, al creciente uso de computadoras conectadas a la red de redes (internet), así como a la nanotecnología, junto con el uso del Big Data combinada con la explosión de la IA (Laney, 2022), ha surgido el desafío de aplicar las aportaciones teóricas procedentes



de la teoría de la información y de la comunicación, para tratar de formular nuevas hipótesis y de explorar qué capacidad explicativa o comprensiva se puede conseguir, a partir del trabajo y del análisis de grandes bases de datos.

Este esfuerzo de investigación también descansa en las contribuciones de Everett Rogers (1983), cuando hizo referencia al papel que desempeñaba la difusión en las innovaciones tecnológicas. Es por ello que se entiende que el acceso a los cubos dinámicos de información, constituyen valiosas novedades digitales e interactivas que forman parte de la sociedad informacional (Castells, 1999), mismos que están a la espera de formar parte de otras innovaciones, a fin de que se adicione un valor cognitivo en asuntos de salud pública, en lo social, político, comunicativo e incluso heurístico.

La innovación agregada a las 16 bases de datos, también mantuvo como soporte las bases de la teoría de la información (Gerbner, 1956; López & Lombardi, 2018; Shannon & Weaver, 1948), así como el uso de la analítica descriptiva (Han et al., 2023; Southekal, 2020). Ambas fueron orientadas por la perspectiva de género (Cusk, 2022; Lagarde, 2003; Lamas, 1996), a fin de arrojar luz sobre aquello que ha estado sucediendo tanto con las niñas-madres y con el ocultamiento de los cogestantes.

En este sentido, siguiendo los planteamientos de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, efectuada en Ginebra en el año 2003, así como su segunda fase, realizada en Túnez, en 2005, se entiende que: “la sociedad del conocimiento debe comprenderse no solo como una sociedad que se quiere comunicar de otra manera, sino que busca compartir un saber” (Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, Ginebra 2003-Túnez 2005).

## **Resultados**

### ***Desde los nueve años, convertidas en niñas-madres***

Durante el periodo 2015 al 2022, en México se registraron 81 636 casos de niñas-madres, cuyas edades fluctuaron entre 9 y 14 años. Ver tabla 1. Al comparar estas cifras con los cubos de información del INEGI-*Natalidad*, para el mismo periodo de ocho años, los casos ascendieron solamente a 48 520 y, ninguna niña-madre fue reportada con nueve años de edad. Puesto en otros términos, a través de los registros civiles, únicamente se habría tenido acceso al 60% de los casos. He aquí la importancia de haber aplicado analítica descriptiva en las dos fuentes de información

oficial. Las cifras e indicadores que a continuación se exponen, proceden de la fuente SINAC-Nacimientos.

**Tabla 1**

*Distribución de casos de niñas-madres entre 9 y 14 años de edad, reportadas anualmente por el Sistema Información sobre Nacimientos (SINAC) de México, durante el periodo 2015-2022*

Año	Edad simple de las niñas-madres en México durante el periodo 2015-2022						Rango etario
	9 años	10 años	11 años	12 años	13 años	14 años	9 a 14 años
2015	3	35	45	270	1 885	9 945	12 183
2016	4	25	55	231	1 837	9 009	11 161
2017	1	7	55	279	1 698	9 137	11 177
2018	5	60	67	303	1 648	8 267	10 350
2019	15	67	62	319	1 640	7 743	9 846
2020	11	52	89	224	1 461	6 845	8 682
2021	5	25	83	329	1 611	7 043	9 096
2022	2	6	38	335	1 746	7 014	9 141
Total	46	277	494	2 290	13 526	65 003	81 636
Porcentaje	0.1%	0.3%	0.6%	3%	17%	80%	100%

Elaboración propia con base en Dirección General de Información en Salud (2022). Nacimientos.

El rango de incidencia se ha agravado, al reportar niñas-madres con apenas nueve años. Estos casos se observaron desde el 2015; aunque se desconoce si en años anteriores se presentaron estos sucesos. Como puede verse en la misma tabla, 80% de estas niñas habían cumplido 14 años al momento de parir y, 17% frisaban los 13 años. Quienes apenas alcanzaban entre nueve y 11 años, acumularon el 3% restante. Durante el bienio 2019 y 2020 se registró el mayor número de casos, cuya edad apenas era de nueve años. Todos los casos traslucen violencia sexual, pero indudablemente las 323 infantes que tenían entre nueve y 10 años, resultan aún más dolorosos y dramáticos<sup>3</sup>.

3. Debido al espacio disponible, se omitieron algunos hallazgos acerca de aquello que se observó durante el periodo de la pandemia por COVID-19. En otro documento de próxima aparición se abordará dicho aspecto.

### *Perfil social de las niñas-madres en México*

Poco más de la mitad (54%) de estas niñas-madres habían alcanzado la primaria completa; incluso el 29% había cursado los primeros dos grados de secundaria. El 4% no tenían ningún grado de escolarización. El restante 13% se distribuyó en primaria incompleta y con formación escolar no especificada. Además de haber transitado por violencia sexual a tan temprana edad, el 71% quedaron destinadas a los quehaceres del hogar. Se trata de un tipo de ocupación al que resultará difícil escapar, considerando tanto su escasa edad como su baja escolaridad. Apenas nueve de cada cien expresaron que habían continuado estudiando, mientras que otras nueve de cada centenar dijeron tener empleo. Acumularon 11% las condiciones: “No especificada”, incapacitada permanente u otra actividad. En futuras investigaciones, estas “condiciones” deberían merecer mayor análisis<sup>4</sup>.

Prácticamente el 59% de estas niñas-madres viven en unión libre, es decir, casi seis de cada diez. Ver la tabla 2. Es altamente probable que se hayan quedado al resguardo de su propia familia; aunque con temporales traslados a la casa de sus suegros de facto, tal como lo revelan otras pesquisas (Morán & Gutiérrez, 2021; Sámano et al., 2017). Desde la perspectiva de género, esta situación de conyugalidad, no solamente extiende la condición de estas niñas vulneradas, sino que además de haber sido violentadas sexualmente en forma reiterada, las lleva a continuar recibiendo los efectos nocivos de la violencia conyugal y, usualmente a enfrentar en poco tiempo un segundo o tercer embarazo.

---

4. Según los cubos dinámicos del SINAC-*Nacimientos*, en 2022, casi la quinta parte (19.3%) de los casos de estas niñas-madres dijeron que habían suspendido sus estudios y, prácticamente 70% de ellas ya no acudían a las aulas antes de que iniciara la gestación. La interrupción de estas actividades se redujeron hasta el 8%, en el grupo de madres adolescentes que tenían entre 15 y 19 años de edad; en tanto que en el 82% de esos casos, uno o más años atrás, se hallaban fuera del sistema educativo. Por ende, la vulneración adquiere otra dimensión adicional en las niñas-madres, en tanto aumenta el abandono, por una condición no elegida sino impuesta.

**Tabla 2**

*Distribución de casos acumulados de niñas-madres en México, según estado de conyugalidad, cuyas edades eran de 10 a 14 años. Periodo 2015 al 2022<sup>5</sup>\**

Estados de conyugalidad	Edad simple de las niñas-madres en México, en las que el cogestante pudo identificarse					Rango etario	%
	10 años	11 años	12 años	13 años	14 años	10 a 14 años	
Casadas	1	1	9	67	596	674	1.4
Unión libre	7	17	292	3 500	24 661	28 477	58.7
Solteras	3	44	352	2 408	11 775	14 582	30.1
Separada	-.-	-.-	2	26	158	186	0.4
Divorciada	-.-	-.-	-.-	2	6	8	0.02
Viuda	-.-	-.-	-.-	2	22	24	0.05
No especificada	4	24	163	763	3 615	4 569	9.4
Totales	15	86	818	6 768	40 833	48 520	100

Elaboración propia con base en: INEGI (2022). Natalidad.

También se notó que, conforme aumenta la edad de estas niñas, creció la incidencia del matrimonio. Ver la misma tabla 2. Obsérvese que los dos estados de conyugalidad que más subieron en términos absolutos fueron: unión libre y el matrimonio. Distíngase que a partir de los 12, 13 y 14 años, el ascenso fue de siete veces o más, entre una edad y otra. Quienes por diversas circunstancias reportaron mantenerse solteras, representaron un tercio de los casos. Téngase a la vista que casi el 60% de estas niñas-madres vivían en unión libre, ya que más abajo se retomará este y otros indicadores, cuando se trate el caso de los cogestantes ocultos.

### ***Características de los cogestantes identificados***

Corresponde abrir espacio a los cogestantes que pudieron identificarse y que procrearon con estas niñas. Mientras en el 97% de los casos, ellas habían cumplido 14 o 13 años y, tres por ciento tenían 10, 11 o 12 años al momento de parir,

5. \* Se plantea que los estados de conyugalidad referidos a: divorciada, viuda, e incluso, “no especificada”, constituyen significantes que permiten encubrir otras situaciones conyugales como la soltería, la unión libre e incluso el matrimonio de facto o de *juris*. Sin que esta nota pretenda formular una negación absoluta, es poco factible que una chica entre los 13 y 14 años esté divorciada o que haya entrada a la viudez; podría connotar más un deseo simbólico que una realidad.

los cogestantes visibles, en el 99% de los casos, tenían entre 15 y 75 años de edad. Todavía más: siete de cada diez eran mayores de edad, pues habían cumplido entre 18 y 75 años. Consecuentemente, la hipótesis de que estamos ante casos de abuso sexual, estupro y, en no pocos casos, abuso sexual incestuoso, parece fortalecerse.

La escolaridad que manifestó tener este grupo identificado de cogestantes fue de secundaria o de primaria completa, en uno de cada dos casos (50%), aunque con un ligero predominio en los estudios de secundaria. Con primaria trunca o sin escolaridad, sumaron el 7%. Quienes tenían nivel medio superior acumularon apenas el 8%. Los años en las aulas que no lograron especificarse ascendió a más de un tercio (33%). El hecho de que otro tercio no haya declarado su nivel de escolaridad, también podría constituir una estrategia para ocultarse. Asimismo, se hallaron 259 casos (1%) en los que los cogestantes declararon cursar el nivel profesional; indicador que conduce a inferir que podría tratarse de abusos sexuales que suceden también en niveles socioeconómicos que no necesariamente viven en pobreza.

Referente a la ocupación, seis de cada diez (62%) señalaron que tenían empleo; quienes estudiaban sumaron apenas el 2% de los casos y, poco más de un tercio (32%) no especificó su ocupación. Los casos restantes se distribuyeron en: dedicados a los quehaceres del hogar; que tenían alguna discapacidad; o que eran jubilados o pensionados. Poco más de la mitad de los cogestantes se desempeñaban como empleados (26%), jornaleros o peones (20%), obreros (10%), trabajadores por su cuenta (5%), trabajo en el interior de la familia (1%) y, 52 casos se identificaron como patrones o empresarios.

Visto que en la mayoría de los cogestantes predominó una escolaridad de secundaria o menos, al articularla con su edad, se deduce que —salvo excepciones— sus ingresos eran precarios. A este respecto, otras investigaciones (Duarte-Orozco, 2016; Muguercia et al., 2020) han señalado tendencias similares, tanto en los casos de cogestantes con niñas-madres como con las adolescentes de 15 a 19 años. A continuación se desglosa lo que ocurrió con los cogestantes ocultados.

### ***Dimensión estadística del cogestante oculto***

Este acápite puede iniciarse con la siguiente interrogante: ¿qué sucede cuando el cogestante ha quedado oculto? Es decir, cuando no ha quedado registrado ninguno

de los siguientes tres datos: edad, escolaridad u ocupación. La innovación que fue aplicada a los cubos de información con perspectiva de género, permitió revelar que la unión libre, como opción de conyugalidad se redujo drásticamente, pasando del 58.7%, al 5.2%, es decir, casi diez veces menos de incidencia (comparar la tabla 2 con la tabla 3).

**Tabla 3**  
*Distribución de casos acumulados de niñas-madres en México, por edad simple, según estado de conyugalidad y cogestante oculto. Periodo 2015 al 2022*

Estado de conyugalidad	Edad simple de las niñas-madres en México, en las que se ocultó al cogestante					Rango etario	%
	10 años	11 años	12 años	13 años	14 años	10 a 14 años	
Casadas	--	--	2	7	22	31	0.2
Unión libre	--	3	24	126	536	689	5.2
Solteras	1	33	285	1 769	7 982	10 070	75.6
Separada	--	--	1	10	29	40	0.3
Divorciada	--	--	--	--	1	1	0.01
Viuda	--	--	--	1	10	11	0.1
No especificada	3	13	120	480	1 868	2 484	18.6
Totales	4	49	432	2 393	10 448	13 326	100

Elaboración propia con base en: INEGI (2022). Natalidad.

A su vez, la condición de soltería pasó de un tercio, a casi el 76% cuando no se dispuso de ninguno dato de “identificación”. Es decir, la soltería, como opción reportada, aumentó al doble y la unión libre se redujo categóricamente, hasta el 5.2%, cuando el cogestante se ocultó. Examínese otro indicador: en tanto se reportaron 674 matrimonios con niñas-madres, cuyo cogestante fue identificado, la frecuencia disminuyó casi veinte veces, al reportar una incidencia de 31 niñas que dijeron haber contraído nupcias, cuando el cogestante fue ocultado. ¿Por qué?

La hipótesis que se formula es que existen altas posibilidades de que este-mos frente a casos en los que, al existir parentesco consanguíneo entre el cogestante y la niña que ha sido embarazada, la familia no pueda siquiera formalizar la unión

libre y, menos aún, el matrimonio civil. Ante ello, la puerta de salida, aunque parece haber dejado su respectiva huella sociocultural, ha sido dejar a estas niñas-madres en condición de una engañosa “soltería”. Sin embargo –nuevamente desde la perspectiva de género-- se desconoce hasta qué punto se está permitiendo la reproducción de relaciones incestuosas al interior de las familias de estas niñas vulneradas.

Se considera que estas cifras y los cambios observados en los estados de conyugalidad, pueden constituir la punta del iceberg para hacer visible qué dimensiones tiene actualmente el ocultamiento de los cogestantes, es decir, de aquellos masculinos cuyas tendencias comportamentales pueden estar asociadas al abuso, a la violación sexual y al estupro infringido a chicas menores de 15 años, dejándolas, además, no solamente vulneradas, sino derivando afectaciones en otras dimensiones de su existencia actual y futura.

¿Cuáles son los mecanismos institucionalizados que favorecen el ocultamiento de los masculinos que han procreado con las menores de 15 años? En primer término, desde el sistema de salud mexicano, en tácita coordinación (e inacción) con el sistema institucional, encargado de dar atención biomédica a las gestantes, así como de emitir las actas de nacimiento de cada recién nacido (Oficialías del Registro Civil), han marcado y reproducido un tratamiento desigual, inequitativo e injusto hacia las mujeres en general y hacia estas niñas en particular.

Al masculino, se le ha permitido que, aún habiendo participado en la procreación, puede negarse –a voluntad a proporcionar la información acerca de su evidente paternidad. En cambio, --en nombre de la salud pública o de la cuantificación y control demográfico, a toda mujer gestante o bien a toda parturienta, el sistema patriarcal y machista, desde el primer trimestre de gestación, puede extraer de su cuerpo y mediante la voz, datos, indicadores, signos, señales, información nominal, contextual y situacional, acerca de su condición y la de su progenie. Para ello, ha montado un sistema tecnológico de registros homogenizados que no solamente le interroga o le toman el pulso, sino que expone su intimidad y su privacidad. Ella sí debe expresar en qué localidad nació, dónde vive actualmente y con quién. En cambio, al progenitor se le concede la gracia de proporcionar o no, uno, dos o tres datos; siempre que solamente sean enunciados; nada de invadir su privacidad y menos aún su intimidad. Es por ello

que, sea mediante el aparato de registro civil o del sistema médico, podrá esconderse de la mirada pública o del escrutinio.

¿Qué artilugios o mecanismos de enunciación han permitido a los cogestantes pasar inadvertidos u ocultos, a pesar de haber cometido presuntos delitos sexuales como el abuso sexual, el estupro, la violación o el abuso sexual incestuoso? Es claro que, al haber cometido este tipo de delitos, cobijado por el propio sistema familiar y por el patriarcado institucionalizado, en lugar de expresar que vive en unión libre con aquella niña de la que ha abusado reiteradamente hasta imponerle la maternidad, opta por el artificioso escondite de la soltería; situación conyugal que reducirá drásticamente su posible localización social, jurídica y penal. La complicidad familiar, así como la tolerancia normalizada, forman parte de su hábitat.

## **Conclusiones**

Durante el periodo 2015 al 2022, en México, diariamente se registraron 28 casos de niñas-madres, arrojando una cifra acumulada de 81 636. El rango de edad que ha estipulado la OMS, para dar cuenta de estos casos, lamentablemente ha sido transgredido, reportando un total de 46 casos, cuyas edades eran de nueve años. Ocho de cada diez niñas-madres se concentraron en los 14 años de edad.

El perfil social que tienen estas niñas, muestra que la mayoría había cursado la primaria o que habían iniciado sus estudios de secundaria; siete de cada diez de ellas, no solamente ha quedado confinada a la crianza y a los quehaceres del hogar, sino que además seis de cada diez viven en unión libre y, al menos un tercio estaban solteras. Aunque el matrimonio con menores de edad no está permitido por las actuales leyes mexicanas, se detectaron 674 casos en los que estas niñas-madres fueron conducidas al matrimonio; aunque se ignora si fue de tipo civil o religioso.

Por lo que toca al perfil de los cogestantes claramente relacionados con estas niñas-madres, se halló que su rango real de edad fue desde los 12 hasta los 75 años. Sin embargo, en el 79% de los casos, ellos eran mayores de edad. El nivel de escolaridad alcanzado por este grupo de cogestantes estuvo acentuado en los niveles de primaria y secundaria, aunque se identificaron 259 de estos masculinos que dijeron tener cursos profesionales. Seis de cada diez expresaron tener empleo, aunque por sus niveles de escolaridad, se deduce que sus ingresos económicos eran bajos.



Con relación al ocultamiento de los cogestantes, aspecto que responde al título de esta investigación, se pudo estimar que al menos en el 27% de las niñas-madres, los cogestante fueron encubiertos u optaron por quedar en el silencio, haciendo uso de mecanismos y de procesos que son permitidos, sea por la familia, por las leyes o por instituciones públicas como los registros civiles, quienes deberían estar a cargo de impedir que ello sucediera.

Los artilugios empleados para conseguir tal ocultamiento e impunidad del cogestante, consisten en permitir que el cogestante, a voluntad, decida no aportar ningún dato y, que la niña-madre o sus familiares declaren que vive en “soltería”, u opte por no adscribirse a ninguna conyugalidad. Tales artimañas parecen estar acompañadas de la complicidad voluntaria o impuesta, por parte de las familias afectadas con en estas formas de violencia sexual, impuestas a sus hijas.

Hace falta profundizar en aquellas condiciones de orden sociocultural y sistémico que permiten que un conjunto de masculinos que abusan sexualmente de niñas menores de 15 años, puedan no solamente quedar alejados de la aplicación de la justicia, sino que consigan mantenerse ocultos, gracias a una invisible maquinaria institucional que, junto con las familias, les otorga protección. De no emprender acciones para mantener a salvo la integridad y la dignidad de estas menores, continuarán impunes, afectando la salud sexual y reproductiva de estas niñas.

Se puede advertir que la salud sexual, reproductiva y el derecho humano para ejercer la sexualidad en forma libre y protegida, al menos en poco más de 80,000 casos de niñas que viven en México, han sido vulneradas. También, se les han impuesto relaciones sexuales, gestación, parto y, la crianza en condiciones de pobreza, vulnerabilidad y con diversas carencias. El Estado mexicano, a través de sus instituciones de salud, de registro civil y del ámbito penal contribuyen, con sus inacciones, a que al menos el 27% de los cogestantes con niñas-madres permanezcan ocultos e impunes.

Desde el campo de la comunicación y la salud, deben ampliarse los conocimientos y habilidades para emprender innovaciones que, a partir del acceso libre a grandes bases de datos, nos conduzcan a profundizar en fenómenos que impactan la salud y la calidad de vida de niñas, adolescentes y de recién nacidos.

Haciendo uso de las teorías de la información, de las ventajas que aporta la analítica descriptiva, así como de la perspectiva de género, se ha conseguido, por

un lado, aprovechar que en México se dispone del acceso abierto a amplias bases de datos sobre el fenómeno de los nacimientos y de la natalidad en general, casi como sobre la fecundidad en adolescentes en particular.

La información aportada a través de esta investigación, busca llegar también a quienes toman decisiones al interior de la ENAPEA, así como al personal que trabaja en las diversas instituciones públicas que forman parte de la misma estrategia nacional, para que hagan posible que más niñas, especialmente las más pobres, estén en sus aulas, tomando parte activa en su proceso de desarrollo físico, psicológico, lúdico y social, en lugar de estar siendo víctimas de violencia sexual, encarando una gestación y una crianza para la que no están listas ni tiene por qué vivirla.

## Referencias

Arvizu, V., del Cid, J., Flaman, L., & Olmeda, C. (2022). *Embarazo temprano en México: un análisis de la implementación descentralizada de la ENAPEA*. El Colegio de México. <https://desigualdades.colmex.mx/embarazo/embarazo-temprano-mexico-analisis-enapea.pdf>

Bourdieu, Pierre (2000). *La dominación masculina*. Anagrama.

Chiarotti, S. (2016). *Balance regional niñas madres embarazo y maternidad infantil forzada en América Latina y el Caribe*. Comité de Latinoamérica y el Caribe para la Defensa de los Derechos de la Mujer (CLADEM). <https://cladem.org/investigacion/balance-regional-ninas-madres-embarazo-y-maternidad-infantil-forzada-en-america-latina-y-el-caribe>

Camhaji, E. (16 de marzo de 2023). México aprueba que se castigue el matrimonio infantil hasta con 22 años de cárcel. *El País*. <https://elpais.com/mexico/2023-03-16/mexico-aprueba-que-se-castigue-el-matrimonio-infantil-hasta-con-22-anos-de-carcel.html>

Casas, X., Cabrera, O., Reingold, R., & Grossman, D. (2016). Vidas robadas. Un estudio multipaís sobre los efectos en la salud de las maternidades forzadas en niñas de 9-14 años. *Planned Parenthood*. [https://www.plannedparenthoodaction.org/uploads/filer\\_public/cc/16/cc169bc8-1e15-49b1-a20f-62e0dd4d6c35/ppfa-stolen-lives-spanish.pdf](https://www.plannedparenthoodaction.org/uploads/filer_public/cc/16/cc169bc8-1e15-49b1-a20f-62e0dd4d6c35/ppfa-stolen-lives-spanish.pdf)

Castells, M. (1999). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red*. Siglo XXI.

Chiarotti, S. (2016). *Balance regional niñas madres embarazo y maternidad infantil forzada en América Latina y el Caribe*. Comité de Latinoamérica y el Caribe para la Defensa de los Derechos de la Mujer (CLADEM). <https://cladem.org/investigacion/balance-regional-ninas-madres-embarazo-y-maternidad-infantil-forzada-en-america-latina-y-el-caribe>

Comisión Nacional de los Derechos Humanos. (2015). Tipificación del delito de abuso sexual en la legislación penal federal y en las entidades federativas. [https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/programas/mujer/6\\_MonitoreoLegislacion/6.0/12\\_DelitoAbusoSexual\\_2015dic.pdf](https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/programas/mujer/6_MonitoreoLegislacion/6.0/12_DelitoAbusoSexual_2015dic.pdf)

Correa, L. (2024). Violencia Sexual contra las infancias, caracterización social de los agresores. *Utopías 2da época, 1*, 1-25. <https://doi.org/10.33255/26181800/1763>

Cumbre mundial sobre sociedad de la información (Ginebra 2003- Túnez, 2005). Informe final de la fase de Ginebra de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. [https://www.itu.int/dms\\_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0009!R1!PDF-S.pdf](https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0009!R1!PDF-S.pdf)

Cusk, R. (2022). *Un trabajo para toda la vida. Sobre la experiencia de ser madre*. Libros del Asteroide.

Dirección General de Información en Salud (2022). Nacimientos. [http://www.dgis.salud.gob.mx/contenidos/basesdedatos/da\\_nacimientos\\_gobmx.html](http://www.dgis.salud.gob.mx/contenidos/basesdedatos/da_nacimientos_gobmx.html)

Duarte-Orozco, M. (2016). Embarazo y paternidad juvenil en el departamento del Cesar: ¿y dónde está el padre? *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 7(2), 425-447. <https://doi.org/10.21501/22161201.1808>

Foucault, M. (1977). *Historia de la sexualidad. 1-La voluntad del saber*. Siglo XXI.

Freud, S. (1913). *Obras Completas, Tomo II*. Biblioteca nueva.

Gerbner, G. (1956). Toward a General Theory of Communication. *Communication Review. ETR&D*, 4, 171-199. <https://doi.org/10.1007/BF02717110>

Gobierno de la República (2015). *Estrategia Nacional para la Prevención del Embarazo en Adolescentes*. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/232826/ENAPEA\\_0215.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/232826/ENAPEA_0215.pdf)

Gobierno de México. (2021). *Segunda fase de la Estrategia Nacional para la Prevención del Embarazo en Adolescentes*. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/703251/Segunda\\_fase\\_de\\_la\\_ENAPEA\\_2021-2024\\_ajuste\\_forros\\_030222\\_small.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/703251/Segunda_fase_de_la_ENAPEA_2021-2024_ajuste_forros_030222_small.pdf)

González, G. (2019). *Secretos de familia. Incesto y violencia sexual en México*. Siglo veintiuno.

Graciano, C., & Toledo, L. (2020). Estudio sobre la violencia sexual en niños, niñas y adolescentes de Villas Agrícolas y La Zurza. *Fundación Abriendo Camino*. <https://abriendocamino.org.do/wp-content/uploads/Estudio-Violencia-Sexual-en-NNA-Villas-Agr%C3%ADcolas-y-la-Zurza-FAC.pdf>

Guadarrama, L., Padilla, S., Quintero, A., Rojo, A., & Guadarrama, C. (2024). Proyecto Libélula. Natalidad adolescente [base de datos]. Datos no publicados.

Han, J., Pei, J., & Tong, H. (2023). *Data Mining. Concepts and Techniques*. Morgan Kaufmann. [https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=NR1oEAAAQ-BAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=data+mining&ots=\\_MaGNMyhuX&sig=01p6kK-tisEPsXgbHxJd5thhJ0jk&redir\\_esc=y#v=onepage&q=data%20mining&f=false](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=NR1oEAAAQ-BAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=data+mining&ots=_MaGNMyhuX&sig=01p6kK-tisEPsXgbHxJd5thhJ0jk&redir_esc=y#v=onepage&q=data%20mining&f=false)

IPAS, México (2018). Violencia sexual y embarazo infantil en México: Un problema de salud pública y derechos humanos. <https://ipasmexico.org/pdf/IpasMx2018-BrochureViolenciaSexualyEmbarazoInfantilenMexico.pdf>

- INEGI (2022). Natalidad. [https://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/proyectos/bd/continuas/natalidad/nacimientos.asp?s=est&c=23699&proy=nat\\_nac](https://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/proyectos/bd/continuas/natalidad/nacimientos.asp?s=est&c=23699&proy=nat_nac)
- Lagarde, M. (2003). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Lamas, M. (Comp.) (1996). *El Género: La construcción cultural de la diferencia sexual*. PUEG/UNAM.
- Laney, D. (2022). *Data Juice. 101 Stories of How Organizations Are Squeezing Value from Available Data*. Douglas B. Laney.
- Lerner, G. (2017) *La creación del patriarcado*. Iruñea-Pamplona. Katakarak Liburuak.
- Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. (26 de enero de 2024). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGAMVLV.pdf>
- Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes. (27 de mayo de 2024). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGDNNA.pdf>
- López, C. A., & Lombardi, O. I. (2018). Hacia una interpretación físico-causal de la información en contextos comunicacionales. *Crítica. Revista Hispanoamericana De Filosofía*, 50(149), 59-88. <https://doi.org/10.22201/iifs.18704905e.2018.10>
- Lucero, N. (2023). *Violencia intrafamiliar y sus efectos psicológicos en los niños y niñas en Latinoamérica*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Cuenca]. Centro de documentación UCC. <https://dspace.ucacue.edu.ec/items/6900cf26-5585-4624-adc0-9717cc4070dc>
- Meneses, E., & Ramírez, M. (2017). Fecundidad en niñas y adolescentes de 10 a 14 años, niveles, tendencias y caracterización sociodemográfica de las menores y de los padres de sus hijos(as), a partir de las estadísticas del registro de nacimiento,

1990-2016. *Situación Demográfica 2017*. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/344287/03\\_Meneses\\_Ram\\_rez.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/344287/03_Meneses_Ram_rez.pdf)

Molina, S. (2021). ¿Niña o madre? Análisis de las principales causas del embarazo infantil en Uruguay. *Revista Desvalimiento Psicosocial*, 8(1), 64-90. <http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/handle/123456789/6026>

Morais, M., Martins, M., Pereira, L., de Jesus, C., Conceição, R., Reis, I., Ortiz, M., & de Camargo, C. (2021). Gestação secundária à violência sexual infantojuvenil: percepções de profissionais de saúde. *Enferm Foco*, 12(4), 667-674. <https://doi.org/10.21675/2357-707X.2021.v12.n4.4427>

Morán, D., y Gutiérrez, X. (2021). Factores asociados al embarazo subsecuente en adolescentes. *Revista Ciencias de la Salud y Educación Médica*, 3(4), 8-17. <https://revistacienciasmedicas.unan.edu.ni/index.php/rcsem/article/view/90>

Moura, M., Drezett, J., Adami, F., Teixeira de Araújo, S., Pinheiro, I., & de Abreu, L. (2019). Characterization of Adolescent Pregnancy and Legal Abortion in Situations Involving Incest or Sexual Violence by an Unknown Aggressor. *Medicina*, 55(8). <https://doi.org/10.3390/medicina55080474>

Muguercia, J., Vázquez, M., Estrada, L., Bertrán, J., & Morejón, I. (2020). Características de las adolescentes embarazadas de un área de salud. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 36(3), 1-10. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-212520200003000006&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-212520200003000006&script=sci_arttext)

Muñoz, T. (2023). *Vidas vulneradas: embarazo infantil y adolescente en el Perú*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Narea, V., Requena, A., Castro, M., y Jiménez, G. (2020). Riesgo obstétrico en el trabajo de parto en las adolescentes embarazadas de 12–15 años de edad. *ProSciences*, 4(32), 65-71. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss32.2020pp65-71>

Ramos, P. (2021). *Complicaciones obstétricas y perinatales del embarazo en adolescentes menores de 15 años en el Hospital Hipólito Unanue de Tacna, 2009*

– 2018 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann]. Repositorio Institucional UNJBG.

Rogers, E. (1983). *Diffusion of innovations*. Macmillan Publishing Co.

Sámano, R., Martínez-Rojano, H., Robichaux, D., Rodríguez-Ventura, A. L., Sánchez-Jiménez, B., de la Luz Hoyuela, M., Godínez, E., & Segovia, S. (2017). Family context and individual situation of teens before, during and after pregnancy in Mexico City. *BMC Pregnancy Childbirth*, 16;17(1), 382.

Secretaría de Gobernación. (2019, 4 de junio). Entran en vigor las reformas al Código Civil Federal que prohíben el matrimonio infantil y adolescente [Comunicado de prensa]. <https://www.gob.mx/segob/prensa/entran-en-vigor-las-reformas-al-codigo-civil-federal-que-prohiben-el-matrimonio-infantil-y-adolescente>

Secretaría de Salud (2024). Nacimientos por año. Dirección de Información en Salud / Subsistema de Información sobre Nacimientos (SINAC). <http://sinaiscap.salud.gob.mx:8080/DGIS/>

Shannon, C., & Weaver, W. (1964). *Mathematical Theory of Communication*. Urbana.

Soriano, M. (2016). *Resolución obstétrica del embarazo en adolescentes menores de 16 años* [Tesis de posgrado, Universidad Veracruzana]. Repositorio Institucional de la Universidad Veracruzana.

Southekal, P. (2020). *Analytics Best Practices: A Business-driven Playbook for Creating Value through Data Analytics (English Edition)*. Technics Publications.

United Nations, (2022). Population Division. World Population Prospects: The 2022 Revision [Conjunto de datos interactivos]. Fertility rates by age of mother (5-year). <https://population.un.org/dataportal/data/indicators/17/locations/484/start/2013/end/2023/table/pivotbylocation>

Villanueva, I. (2013). El abuso sexual infantil: Perfil del abusador, la familia, el niño víctima y consecuencias psíquicas del abuso. *Psicogente*, 16(30), 451-470. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6113899>

# COMUNICACIÓN RESPONSABLE EN SITUACIONES DE CRISIS. ESTUDIO DE CASO: TICKETMASTER MÉXICO Y LOS CONCIERTOS DE BAD BUNNY

Hilda Gabriela Hernández Flores  
[hgabriela.hernandez@correo.buap.mx](mailto:hgabriela.hernandez@correo.buap.mx)

Marytere González Pavón  
[marytere.gonzalez@alumno.buap.mx](mailto:marytere.gonzalez@alumno.buap.mx)

Paola Eunice Rivera Salas  
[paola.rivera@correo.buap.mx](mailto:paola.rivera@correo.buap.mx)

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Cuando una institución está viviendo una crisis que afecta de gran manera su reputación, imagen o la confianza de sus públicos, una comunicación manejada desde la ética y la responsabilidad con los afectados puede mitigar los efectos de la crisis y favorecer a la organización al disminuir el impacto de ésta. Sin embargo, manejada al contrario puede agrandar la situación y empeorar la estabilidad y procesos de la corporación. De ahí que, gestionar lo que comunica la organización, considerando tanto el producto o servicio que ofrece, las campañas publicitarias o de relaciones públicas que realiza o el discurso corporativo es una de las tareas más importantes de la comunicación institucional (Hernández-Flores et al., 2019), dado que estos factores influyen en la opinión pública. Por esta razón este capítulo aborda un caso corporativo desde la comunicación responsable en situaciones de crisis como una herramienta que permite a las organizaciones detener o amortiguar el problema a corto y mediano plazo y cuidar su reputación.

La perspectiva en Comunicación Responsable (CR) es una propuesta emergente que plantea la importancia de realizar una gestión comunicativa honesta y transparente no sólo en situaciones de crisis, sino bajo cualquier escenario comunicativo o pieza relacionada. Para la CR, la comunicación de una empresa con sus públicos,



implica un diálogo comprometido y congruente que es respaldado por las acciones de la organización y que por ende es responsable (Hernández- Flores et al., 2019). En la actualidad, las instituciones y corporaciones han encontrado en las redes sociales una herramienta ágil para fortalecer su relación con los grupos de interés, para ello, “deben generar confianza entre sus públicos, a través de la transmisión de mensajes con transparencia, del fomento de la participación libre en las redes sociales y de la generación de contenidos de calidad” (López-Novelo, 2019, p. 143).

El caso que se presenta y contextualiza, versa sobre la polémica de Ticketmaster México respecto a la reventa de boletos de los conciertos del artista Bad Bunny, en diciembre de 2022, el mismo caso es clave para ejemplificar la estrategia de comunicación de una organización respecto a una situación de crisis y las medidas para evitarla o incrementarla cotejando los mensajes que se emiten a los públicos con los rasgos generales y complementarios de la perspectiva propuesta. Así esta investigación tuvo como objetivo determinar la responsabilidad de la comunicación de crisis de la organización e identificar los rasgos de los subcampos corporativo y digital presentes en los mensajes de Ticketmaster México dirigidos a sus públicos respecto a este caso y discutidos en el apartado de la fundamentación teórica. El caso se examina a través de una metodología cualitativa con técnica de análisis de contenido de las piezas comunicativas, todo ello con el propósito de dilucidar si el uso de una comunicación responsable durante una crisis es una herramienta que puede sostener de mejor manera a una institución u organización de cualquier índole a prevenir o disminuir una crisis comunicativa y sus posteriores efectos.

### **Contextualización del Caso**

Durante los últimos años, en México ha ido en aumento la asistencia a conciertos, entre 2022 a mayo de 2023, 21.3% de mexicanos mayores de edad acudieron a mínimo un concierto o presentación de música en vivo según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), siendo los mayores consumidores de estos eventos los jóvenes de entre 18 a 24 años (INEGI, 2023), junto al incremento de asistencia a estos eventos, las actividades desleales a su alrededor también han aumentado. La reventa con precios que llegan a duplicar o triplicar el original, las estafas y la clonación son actividades que acompañan la compra de boletos para

conciertos y que permanecen impunes debido a la corrupción, los vacíos legales y la falta de leyes que regulen y castiguen este tipo de delitos.

De este contexto, se deslinda la crisis por la que pasó Ticketmaster México y que dañó su reputación tras la intervención de autoridades y figuras públicas del país. El viernes 9 de diciembre de 2022, la crisis empezó con problemas de acceso al Estadio Azteca para los dos conciertos del cantante de origen puertorriqueño Bad Bunny, horas antes del comienzo del evento, a las afueras del recinto, los lectores de boletos marcaron que los códigos de miles de asistentes ya habían sido utilizados, por lo tanto, negando su ingreso al concierto. El caos llegó a su punto máximo cuando el Estadio Azteca decidió cerrar sus accesos, a pesar de que había miles de asistentes a la espera de poder acceder todavía (Guillén, 2022); lo que provocó reacciones violentas de las personas que llevaban esperando horas y viviendo malos tratos por parte del staff del estadio. A las 21:12 de la noche, la administración del Estadio Azteca publicó un comunicado en el que se deslindaron de la responsabilidad argumentando que la situación era “totalmente ajena” a ellos y recomendaba a los afectados interponer sus quejas directamente con Ticketmaster (Estadio Azteca, 2022); una hora y media más tarde de lo planeado, Bad Bunny salió al escenario y se presentó ante un recinto con una aparente falta de espectadores pese a la *sold out* que el cantante había hecho.

Con la difusión en redes sociales de la situación por parte de las personas afectadas y aunado a problemas similares anteriores con la reventa y supuesta clonación de boletos en los conciertos de los cantantes británicos Dua Lipa y Harry Styles también en 2022 (Piña, 2022) en los que decenas de personas no pudieron acceder a los respectivos eventos debido a que alguien más ya había accedido con el código de sus boletos comprados con Ticketmaster, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) alistó una acción colectiva, tras recibir alrededor de mil seiscientas quejas por la opacidad en la venta de boletos por parte de Ticketmaster (Rodríguez-Viña y Alonso-Viña, 2022), afectando esto gravemente la reputación e imagen corporativa de la boletera.

Tal fue la magnitud de la polémica, que diversos servidores públicos opinaron al respecto. Legisladores del Movimiento Regeneración Nacional (MORENA), compartieron en sus respectivas cuentas de Twitter -ahora X-, que legislarían respecto a las prácticas desleales de Ticketmaster y citarían a la empresa a comparecer en el

Congreso (Vera, 2022). El presidente de la república, Andrés Manuel López Obrador, también expresó su postura sobre la situación, durante su conferencia de prensa matutina del miércoles 14 de diciembre de 2022, donde compartió ya había dado órdenes a la Profeco de intervenir, al tiempo que pidió a Bad Bunny ofreciera un concierto gratuito en el Zócalo de la Ciudad de México para compensar los daños ocasionados por la boletera (Redacción El Financiero, 2022).

Por su parte, la boletera de origen estadounidense ofreció disculpas a los fans e informó que lo sucedido era “consecuencia de la presentación de un número sin precedente de boletos falsos, lo que provocó una aglomeración de personas fuera de lo normal y una operación intermitente de nuestro sistema” (Ticketmaster, 2022). La boletera además aseguró que reembolsaría el total del boleto a los fans que adquirieron boletos legítimos en canales oficiales y confirmaron su colaboración con la Profeco para clarificar los hechos. A pesar de ello, las críticas en su contra por los precios, los fallos en su servicio y las acusaciones por el aumento en la falsificación y clonación de boletos, tanto a Ticketmaster México como a su homónima estadounidense, propició que la confianza en la empresa se viera mermada, ya que con cada nuevo evento, crecieron los comentarios de usuarios sobre el miedo de pasar por situaciones similares. Actualmente, la Profeco continúa promoviendo demandas contra la boletera.

## **Fundamentación teórica**

### ***Comunicación de Crisis***

Desde los inicios de su concepción, la comunicación de crisis se ha vinculado con estrategias reactivas empleadas por las organizaciones de forma urgente para sobrellevar una situación excepcional (González-Herrero, 2014). En ese momento, solo se consideraban herramientas o técnicas para gestionar situaciones en las que la organización perdía su equilibrio (Gil, 2013), pero con el desarrollo de lo conceptual y lo práctico, se comenzó a relacionar con la prevención de esos eventos, convirtiéndose este elemento en uno de gran relevancia.

Autores como Piñuel-Raigada (1997) y Matías y Cardoso (2023) coinciden en que la crisis es un evento extraordinario que amenaza la estructura, credibilidad, confianza, imagen y reputación de una organización, quién debe reaccionar de forma

rápida para aminorar sus efectos. Saura-Pérez (citada en Saura-Pérez & García-García, 2010) concuerda con los rasgos citados con anterioridad y genera su propia conceptualización, definiendo a la crisis como:

Una situación grave que afecta a la empresa/institución en alguna de sus funciones y con potencial de escalar en intensidad y/o perjudicar a sus públicos clave o grupos de interés y/o crear una imagen negativa ante la opinión pública y/o afectar los resultados o la viabilidad de la entidad. (p. 46)

Por su parte, Hernández-Rangel et al. (2020), definen a la comunicación de crisis como una estrategia para gestionar ciertas situaciones y contextos de la organización, en los que los medios de comunicación y la innovación tienen un rol importante al ser usados para difundir la información y atender las necesidades de los grupos afectados.

Con base en ello, la gestión de crisis en las áreas de comunicación de las instituciones o empresas necesitan crear una estrategia de comunicación que integre los recursos de comunicación corporativa conforme a objetivos adaptables y productivos (Garrido, 2007) lo que permitirá la disminución de la situación por la que pasa la empresa, ya que la estrategia en sí tiene el propósito de informar lo acontecido y qué se hace al respecto, pero también de contener este tipo de situaciones con los públicos (Steyn, 2003) en sintonía con la cultura organizacional.

### ***Comunicación Responsable***

Considerando que la comunicación de crisis es vista como una estrategia para gestionar situaciones determinadas de la organización (Hernández-Rangel et al., 2020), es esencial considerar los rasgos de la Comunicación Responsable al momento de crear una estrategia de comunicación durante una crisis. Aznar (2014) interpreta a este tipo de comunicación como una autorregulación que se origina en el compromiso voluntario de los involucrados en un proceso comunicativo. De igual forma, De Andrés y González (2012) la perciben como una decisión voluntaria y la definen como “el diálogo de organizaciones con públicos que se hacen partícipes de los procesos y efectos derivados de las relaciones entre esa persona/organización/empresa y la comunidad” (p. 28).

Partiendo de conceptualizaciones como las anteriores, Hernández-Flores et al., 2019 (p. 137) la definen como:

Un diálogo entre la organización y sus públicos, que se espera honesto, congruente a las acciones y, por ende, responsable, por lo que establece una gestión comprometida no sólo con la marca, el producto o el servicio, sino con todo lo que se comunica a los públicos.

La comunicación responsable en sí está compuesta por rasgos, entendidos estos como el “valor esencial que por sus características propias rigen el lineamiento comunicativo en relación con un subcampo” (Hernández-Flores et al., 2021, p. 100). Los rasgos generales de la CR se observan en la tabla 1.

**Tabla 1**  
*Rasgos Generales de la Comunicación Responsable*

<b>Rasgos</b>	<b>Características</b>
Honestidad	Posibilidad de verificar fácilmente lo que se comunica a través de datos, información oficial y referencias proporcionadas.
Empatía	Considerar el contexto y necesidades específicas de la audiencia o públicos.
Transparencia	Compartir la información necesaria de la organización sobre la situación
Interactividad	Considera la retroalimentación que aportan las audiencias para hacer los cambios necesarios en pro de una comunicación más productiva.
Consistencia	Es la suma de los cuatro rasgos anteriores en función de lograr un discurso congruente y respaldado por las acciones corporativas

Elaboración propia con base en Hernández-Flores et al. (2021).

Cabe decir que dichos rasgos son resultado de la construcción del estado del arte en CR y del trabajo de campo realizado con expertos en las áreas de comunicación, esta información puede consultarse en el anexo 1 y anexo 2. La perspectiva también considera subcampos, mismos que se definen como el área especializada de acción de la comunicación, donde se observan los rasgos particulares de esta (Hernández-Flores et al., 2021), tal como pueden ser la comunicación responsable en salud, la comunicación responsable educativa, la comunicación responsable con perspectiva de género y/o la comunicación responsable corporativa o institucional y la

digital, estos dos últimos subcampos son justo los que competen a esta investigación por el tipo de caso y que a continuación se exponen.

### ***Comunicación Responsable Corporativa y Digital***

La Comunicación Corporativa es considerada por Van Riel (1997) como una herramienta de gestión para que tanto la comunicación interna como la externa sea utilizada de forma consciente armonizando efectiva y eficazmente para crear relaciones favorables con los públicos o audiencias. De igual forma, Cornelissen (2014) considera que su propósito general es establecer una reputación favorable con las audiencias de interés para la organización. Dentro de la perspectiva en CR la misma se conceptualiza como aquella que se emite hacia los públicos, es congruente a la filosofía corporativa y, por ende, deja entrever una gestión responsable de la marca, el discurso, el producto o el servicio, logrando así legitimidad y reputación comunicativa (Rivera-Salas y Hernández-Flores, 2020).

Dentro de la comunicación corporativa, con el desarrollo de la tecnología y la popularización del internet y las redes sociales, estas herramientas digitales se han vuelto vitales para fortalecer las relaciones con sus públicos de interés, por ello la comunicación digital se convierte en un área de gran interés para las organizaciones, al ser “un fenómeno dinámico, globalizado y convergente” como menciona Picard (citado por Arango-Forero, 2013, p. 685), que siempre puede generar nuevas herramientas que apoyen a las corporaciones en la gestión de su comunicación.

Arévalo y Rebeil (2017) consideran a la comunicación digital como un proceso social que incorpora a la tecnología para interactuar de forma más rápida con sus audiencias a través de la producción, procesamiento e intercambio de información, su finalidad es “generar, construir y reconstruir la imagen y reputación de la organización o institución y comunicar de manera efectiva las características y beneficios de los servicios que la misma ofrece a la sociedad” (p. 23).

Desde la Comunicación Responsable se considera a la comunicación digital como aquella:

que tiene lugar a partir del uso del Internet, propiciando que la información y el conocimiento veraz sean el principal insumo para las audiencias que atienden (cada día) nuevos códigos, canales y formatos digitales en los que

se comunican de forma fluida los receptores a través de fuentes confiables. (Hernández-Flores et al., 2022a, pp. 41-42)

Además de los rasgos propios de la comunicación responsable, cada subcampo cuenta con rasgos particulares que permiten, aunados a los generales, realizar un análisis más completo de la CR, y que se muestran y definen a continuación en la tabla 2:

**Tabla 2**  
*Sub Rasgos de la Comunicación Corporativa y la Comunicación Digital*

Comunicación Corporativa		Comunicación Digital	
Imagen	Percepción que tiene el entorno con base en la honestidad, transparencia y consistencia comunicativa.	Herramienta digital	Recursos de software que comunican diferentes actividades y procesos a través de diversos elementos.
Reputación	Resultado del cumplimiento de los compromisos con sus públicos a través de sus actividades corporativas	Confiabilidad	Contenidos y fuentes pertinentes y fiables.
		Validez de la investigación	Las fuentes y los contenidos proporcionados por el emisor son de calidad.
Cultura corporativa	Conjunto de valores y pautas de conducta que rigen la forma de actuar de la organización	Fuentes	La información se sustenta en datos proporcionados por los emisores que permiten al interlocutor profundizar sobre lo expuesto.

Elaboración propia con base en Rivera-Salas y Hernández-Flores (2020).

En el contexto de esta investigación, las piezas comunicativas (3 boletines y una unidad infográfica) son utilizadas por las organizaciones como una herramienta para conectarse con sus públicos, mismas que durante una crisis se convierten en medios de gran ayuda para su gestión. Las piezas comunicativas desde la mirada de esta perspectiva son “aquellas que comunican y reflejan la vida de la organización mediante noticias corporativas, posicionamientos, avisos para audiencias específicas, entre otras temáticas” Hernández-Flores et al. (2022b, p. 3).

## Metodología

Con el fin de alcanzar los objetivos planteados, se aplicó un diseño de investigación cualitativo, no experimental, transversal y exploratorio; dado que, el trabajo se limitó a exponer el contenido de las piezas recuperadas en torno a la crisis que confrontó Ticketmaster en 2022, debido a la reventa y falsificación de boletos de los conciertos de Bad Bunny. Las categorías de interés fueron la Comunicación Responsable, la Comunicación Responsable Corporativa o Institucional y la Comunicación Responsable Digital.

Las piezas que conforman la muestra por conveniencia son todas aquellas que la empresa publicó en la red social X -antes Twitter-, en el periodo del 8 de diciembre de 2022, tomando en cuenta que el problema de acceso se dio principalmente durante el primer concierto de Bad Bunny, el 9 de diciembre de 2022, el tiempo de consideración para la elección de las piezas parte de un día antes y hasta el 31 de diciembre del mismo año, fecha en que la situación ya se estaba resolviendo. La principal característica tomada en cuenta para la elección de las piezas comunicativas es que éstas abordaron la crisis surgida en los conciertos del artista.

**Figura 1**  
*Línea del tiempo de las piezas comunicativas publicadas por Ticketmaster*



Elaboración propia.



La técnica aplicada fue un análisis de contenido de las piezas compartidas por Ticketmaster México durante la crisis; y como instrumento, se desarrolló una tabla de cotejo con veintiocho ítems, para analizar en las unidades de observación la presencia de los rasgos de la Comunicación Responsable y de los sub rasgos de Comunicación Corporativa y Digital Responsable. Las piezas que se incluyen en el estudio son cuatro: tres comunicados de prensa y una serie de imágenes con recomendaciones. Éstas pueden observarse en la Figura 1. La información que se recuperó, recibió un tratamiento cualitativo. Los resultados se sintetizaron en tablas, de manera que se pudiese observar la valoración de las categorías de interés que se plantearon en el estudio.

## **Resultados del estudio por categorías**

### *Comunicación Responsable*

Para la categoría número uno, correspondiente a la **Comunicación Responsable**, ninguna de las piezas cumple de forma completa con los cinco rasgos, por lo que tienen una presencia parcial de CR. Comenzando por el rasgo de **Honestidad**, tres de las cuatro piezas presentan este rasgo en el que se identifica si la información se puede verificar; el único en el que no se encuentra este rasgo es el comunicado número uno, puesto que al comienzo de la crisis no se tenía la información necesaria para rectificar los datos presentados por Ticketmaster México. Por otro lado, el comunicado número cuatro es el único que cumple con el rasgo de **Empatía**, al reflejar respeto frente a la situación de los afectados y ofrecer soluciones y medidas de prevención, mientras que las primeras tres piezas comunicativas sólo parcialmente. Al igual que con el anterior rasgo, en el caso de la **Transparencia**, solo se identifica su presencia en el último comunicado. Por lo que, ninguna de las primeras tres piezas cuenta con ella al no compartir la información y evidencias necesarias respecto a las acciones de la empresa.

En cuanto al rasgo de **Interactividad**, ninguna de las piezas comunicativas tiene una presencia completa de él; los comunicados uno, dos y cuatro, lo presentan parcialmente puesto que no se propicia ni considera la retroalimentación con el público y la pieza número tres no tiene presencia porque no contiene contactos para ponerse comunicarse directamente con la empresa. El rasgo de la **Consistencia** se

encuentra presente en los comunicados dos y cuatro y parcialmente presente en las piezas de comunicación uno y tres, debido a que son las unidades que presentan en menor medida los otros cuatro rasgos. La valoración de las piezas de acuerdo con los rasgos de las CR se aprecia en la tabla 3.

De acuerdo a lo anterior, se puede observar que las piezas de comunicación publicadas por Ticketmaster México durante la crisis no fueron responsables y que las primeras tres variaron mucho en la presencia de los rasgos de CR. La última pieza es la única que tiene mayor consistencia en su mensaje tras la crisis y por lo tanto una mayor presencia de los rasgos, solo teniendo parcialmente el rasgo de Interactividad, en el que todas las piezas fueron mal evaluadas a causa de la falta de consideración de la retroalimentación del público o invitación a ello.

**Tabla 3**  
*Presencia de Comunicación Responsable en las piezas comunicativas*

Presencia de los rasgos de CR	Pieza 1			Pieza 2			Pieza 3			Pieza 4		
	Sí	P	No	Sí	P	No	Sí	P	No	Sí	P	No
Honestidad												
Empatía												
Transparencia												
Interactividad												
Consistencia												

Elaboración propia.

### ***Comunicación Corporativa y Digital Responsable***

Dentro de la categoría dos, la Comunicación Corporativa Responsable, solo dos de las cuatro piezas cumplen de forma completa con los rasgos de CR corporativa y las otras dos solo de forma parcial. Los comunicados número dos y cuatro son las piezas en las que se identifican los tres rasgos, uno de ellos el de Imagen, que también se identifica en la uno y tres, al buscar un efecto positivo para la percepción del público a través de un discurso honesto, empático, transparente y con una comunicación responsable que favorece el incremento del nivel de confianza.

La Cultura Corporativa es el segundo rasgo con mayor presencia en las piezas observadas, pues lo tienen los comunicados uno, dos y cuatro, siendo la pieza tres la que cuenta parcialmente con él, al no percibirse en ella los valores y creencias de Ticketmaster. En cuanto a la Reputación, en las piezas uno y tres se identifica una presencia parcial del rasgo debido a que no demuestran el compromiso de la empresa con sus públicos, ni ayudan en contribuir a una buena reputación del servicio que presta la boletería, adjudicando el problema a errores en su sistema. La valoración de las piezas de acuerdo con los sub rasgos de la CR Corporativa se observan en la tabla 4.

**Tabla 4**  
*Rasgos de Comunicación Corporativa Responsable*

Presencia de los rasgos de CR	Pieza 1			Pieza 2			Pieza 3			Pieza 4		
	Sí	P	No	Sí	P	No	Sí	P	No	Sí	P	No
Imagen												
Reputación												
Cultura corporativa												

Elaboración propia.

Respecto a la tercera categoría, que corresponde a la Comunicación Digital Responsable, el comunicado número cuatro es el único en el que se pueden identificar los cuatro rasgos de este subcampo debido a que el diseño es claro y sencillo, concuerda con la imagen corporativa, hace uso de herramientas del medio digital, brinda la información necesaria sobre la crisis sustentada en fuentes confiables y el contenido es de calidad, mientras que las otras tres piezas tienen presencia parcial de los subrasgos. Los dos subrasgos con los que las cuatro piezas de comunicación coinciden son Herramientas Digitales y Validez de la Investigación, puesto que los cuatro cuentan con diseños y contenidos claros, de calidad, correspondientes a la imagen corporativa y que hacen uso de herramientas como hashtags, emojis o etiquetas y además, fueron un canal adecuado para comunicarse con los públicos.

La Fuente es el rasgo que presentan tres de las cuatro piezas, las número uno, dos y tres no tienen, puesto que Ticketmaster no brinda las fuentes en las que la

información brindada en las unidades se basa. Mientras que, el rasgo de Confiabilidad está presente de forma parcial en las mismas piezas comunicativas, al no aclarar alguna información respecto a la crisis o no ser utilizadas de forma adecuada para comunicarse con el público y brindar la información necesaria. En la tabla 5 se puede apreciar la valoración de las piezas de acuerdo con los sub rasgos de la CR Digital.

**Tabla 5**  
*Rasgos de Comunicación Digital Responsable*

Presencia de los rasgos de CR	Pieza 1			Pieza 2			Pieza 3			Pieza 4		
	Sí	P	No	Sí	P	No	Sí	P	No	Sí	P	No
Herramienta Digital	■			■			■			■		
Confiabilidad		■			■			■		■		
Validez de la investigación	■			■			■			■		
Fuentes			■			■			■	■		

Elaboración propia.

## Conclusiones

A partir de los resultados expuestos y en congruencia con el objetivo general, se puede decir que la estrategia de comunicación de Ticketmaster durante esta situación de crisis, no fue precisamente responsable, pues de acuerdo a la definición de Hernández-Flores et al. (2019), esta no fue un diálogo comprometido entre Ticketmaster y su público al faltar reciprocidad (interactividad), honestidad (respecto a lo que sucedía) y transparencia (en la información compartida) en la mayoría de las piezas comunicativas. Hacia el final de la crisis, la última pieza tuvo más presencia de los rasgos de una comunicación responsable, puesto que cumplió con la mayoría de ellos, lo que da cuenta de una mejora en la estrategia de Ticketmaster hacia el cierre de la crisis.

A pesar de lo comentado, es evidente que las piezas comunicativas de Ticketmaster México presentaron mayormente los rasgos de los subcampos en comunicación corporativa y digital que los de CR, lo anterior debido al buen uso de la herramienta tanto en el mensaje como en el diseño del mismo para comunicarse con

sus públicos sobre esta situación y al mismo tiempo porque mantuvieron presencia de los aspectos de su filosofía e imagen corporativa en ellos. Con lo anterior se puede deducir la importancia que tiene que las organizaciones consideren la elaboración de estrategias de comunicación responsable, apegadas a los rasgos comentados en este estudio y junto con ellos, ser fieles a los valores y principios que conducen las acciones de cualquier empresa, entre ellas a la acción comunicativa. En el aspecto digital, con el uso ahora normalizado de las redes sociales como medios de comunicación institucional y el riesgo que implica cualquier tipo de comunicación a través de ellas, es necesario considerar este tipo de comunicación y los rasgos que propone, como un apoyo al proceso, garantizando con ello la resolución propia de la crisis y las fases que de ella devienen así como una reputación comunicativa en el entorno y con sus públicos.

Con lo anterior, cabe decir que aunque las piezas comunicativas fueron buenos canales para transmitir información durante la crisis, es relevante observar que la comunicación de crisis de la boletería no fue la mejor dado que la herramienta no fue un medio para atender las necesidades de las personas afectadas como enfatizan Hernández-Rangel et al. (2020), por lo que al buscar interactividad con las piezas comunicativas o brindar información que les fuera de ayuda a los públicos sin duda se puede evitar una situación parecida en el futuro. Los públicos, ante este tipo de contextos se vuelven recelosos ante las acciones de la empresa, lo que incide fuertemente al tratar de mantener una relación favorable con las audiencias como lo expresan Van Riel (1997), Conelissen (2014) y Arévalo y Rebeil (2017).

En conclusión como se observa en los resultados al Ticketmaster México no comunicarse de forma constante durante toda la crisis con sus públicos y solo hacerlo al inicio -las cuatro piezas estudiadas fueron las únicas publicadas por la boletería sobre la crisis-, sin informar de los avances en la solución del problema, con un discurso honesto y empático con los afectados, brindando información veraz, además de asumiendo su parte de la responsabilidad y por lo tanto, obligación a retribuir a los afectados sin que Profeco interviniera, la gestión de comunicación de crisis de Ticketmaster México no logró sobrellevar esta situación integrando los recursos de comunicación corporativa (Garrido, 2007) de tal forma que reestableciera su reputación positiva ante los clientes y público en general, lo anterior asienta la importancia de la construcción del discurso corporativo y sus mensajes en situaciones de crisis.

La comunicación responsable aunada a la comunicación de crisis son herramientas que mezcladas y apegadas a los rasgos de la CR y sus subcampos corporativo y digital, son capaces de contrarrestar los efectos de una crisis y su gestión responsable puede generar beneficios para la restitución de la imagen y la reputación corporativa a corto y mediano plazo, ya que en la función comunicativa de la organización se podrá apreciar una comunicación honesta, transparente, empática, interactiva y consistente a lo largo del proceso de la crisis. Una mejor comunicación y piezas comunicativas responsables se traducirán en la capacidad y liderazgo comunicativo de la corporación, que aunado a la calidad del servicio prestado y/o producto podrán sostener a la organización no sólo durante una situación de crisis, sino en todo momento en y hacia una relación sana y sostenible con sus públicos.

## Referencias

- Arango-Forero, G. (2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Palabra Clave*, 16(3), 673-697. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0122-82852013000300002&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852013000300002&lng=en&tlng=es)
- Arévalo-Martínez, R. I., & Rebeil, M. A. (2017). Presencia, interacción y responsabilidad social organizacional en las redes sociales digitales de organizaciones privadas en Iberoamérica. En R. I. Arévalo-Martínez, & M. A. Rebeil (Coords.), *Responsabilidad Social en la Comunicación Digital Organizacional* (pp. 15-51). Tirant Humanidades y Universidad Anáhuac.
- Aznar, H. (2014). *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios* (2.a ed.). Editorial Ariel.
- Cornelissen, J. (2014). *Corporate Communication: A Guide to Theory & Practice*. SAGE Publications.
- De Andrés, S., & González, R. (2012). La comunicación en el marco de la Responsabilidad Social. Bases para una definición de Comunicación Responsable. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC*, 6(6), 14-31. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3980026>

EstadioAzteca [@EstadioAzteca]. (2022, 9 de diciembre). *Comunicado* [comunicado] [tuit]. Twitter. <https://twitter.com/EstadioAzteca/status/1601414519858688000?s=20>

Garrido, F. J. (2007). *Comunicación estratégica: Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI*. Ediciones Gestión 2000.

Gil, P. (2013). El tratamiento informativo de la crisis y su gestión: Cómo Salvar la Situación. En O. Islas, & G. Hernández-Flores (Coords.), *Investigando la Comunicación de Crisis* (pp. 28-41). Razón y Palabra. <http://www.razonypalabra.org.mx/LibroCrisis/Crisis.pdf>

González-Herrero, A. (2014). La gestión de la comunicación de crisis: planificación y actuación en empresas e instituciones. En Tuñez-López, M. & Costa-Sánchez, C. (Eds.), *Comunicación Corporativa: Claves y escenarios* (pp. 75-99). Editorial UOC.

Guillén, B. (2022, 9 de diciembre). El caos con Ticketmaster arruina el concierto de Bad Bunny en Ciudad de México. *El País*. <https://elpais.com/mexico/2022-12-09/el-fenomeno-bad-bunny-ateriza-en-el-estadio-azteca.html>

Hernández-Flores, H. G., Sánchez-Hernández, V., & Estupiñán-Villanueva, A. (2019). Comunicación gubernamental responsable en situaciones de crisis: el caso de Frida Sofia. *Perspectivas de la comunicación*, 12(2), 127-153. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672019000200127>

Hernández-Flores, H. G., Rivera-Salas, P. E., & Navarro-Sequeira, M. G. (2021). La Perspectiva en Comunicación Responsable: conceptualización, rasgos y ámbitos de aplicación. *Anuario De Investigación De La Comunicación CONEICC*, 1(XXVIII), 96-105. <https://doi.org/10.38056/2021aiccXVIII466>

Hernández-Flores, H. G., Rivera-Salas, P. E., & Navarro-Sequeira, M. G. (2022a). Comunicación Digital Responsable: Revisión Teórica de los Rasgos del Subcampo. En H. G. Hernández-Flores, M. G. Navarro-Sequeira, & C. E. Ahuactzin-Martínez (Eds.), *Comunicación Digital Responsable en Ambientes Virtuales y Medios de Comunicación* (pp. 120-143). Tirant Lo Blanch.

- Hernández-Flores, H. G., Rivera-Salas, P. E., & Vásquez-Amastal, E. S. (2022b, 8 de septiembre). *Mensajes corporativos responsables en situaciones de crisis. Estudio de Caso: Citibanamex* [ponencia]. 33 Encuentro Nacional AMIC, “Comunicación, alteridad y reconocimiento: Investigar en la era de las plataformas digitales”, Monterrey, México.
- Hernández-Rangel, M., Cogco, A., & Gómez de la Fuente, M. (2020). Comunicación de Crisis ante la Precariedad Laboral en las Organizaciones. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(4), 115-123. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7687029>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2023, 20 de julio). *Módulo sobre Eventos Culturales Seleccionados (MODECULT) 2023*. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/modecult/MODECULT\\_23.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/modecult/MODECULT_23.pdf)
- López-Novelo, R. A. (2019). Capital social, web 2.0 y organizaciones: Un acercamiento conceptual. En M. A. Rebeil-Corella, R. Arévalo-Martínez y P. Durán-Bravo (Coords.), *Comunicación y Tecnología: Potenciar las Organizaciones* (pp. 131-145). Dirección General de Publicaciones Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Matías, A., & Cardoso, L. (2023). Crisis communication: Theoretical perspectives and dynamics of a complex concept. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional De Cultura Visual*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4597>
- Piña, G. (2022, 26 de noviembre). *La historia de los boletos clonados de Harry Styles y la crisis de Ticketmaster*. EmeEquis. <https://www.m-x.com.mx/al-dia/la-historia-de-los-boletos-clonados-de-harry-styles-y-la-crisis-de-ticketmaster>
- Piñuel-Raigada, J. L. (1997). *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Editorial Síntesis.
- Redacción El Financiero. (2022, 14 de diciembre). ¿Dónde estaba la Cofece?, cuestiona AMLO tras falsificación y clonación de boletos en concierto de Bad Bunny.



*El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2022/12/14/donde-estaba-la-cofece-cuestiona-amlo-tras-falsificacion-y-clonacion-de-boletos-en-concierto-de-bad-bunny/>

Rivera-Salas, P., & Hernández-Flores, H. (2020). Comunicación responsable en infografías digitales publicadas por empresas farmacéuticas. *Correspondencias & Análisis*, (12), 31-63. <https://doi.org/10.24265/cian.2020.n12.02>

Rodríguez-Viña, D., & Alonso-Viña, D. (2022, 10 de diciembre). Una entrada a 90.000 pesos, reventa y acaparamiento: los problemas de Ticketmaster y sus espectáculos en México. *El País*. <https://www.google.com/amp/s/elpais.com/mexico/2022-12-10/una-entrada-a-90000-pesos-reventa-y-acaparamiento-los-problemas-de-ticketmaster-y-sus-espectaculos-en-mexico.html%3foutputType=amp>

Saura-Pérez, P. y García-García, F. (2010). La comunicación de crisis como elemento clave de la comunicación empresarial. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 8(2), 42-56. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.245>

Steyn, B. (2003). From strategy to corporate communication strategy: A conceptualization. *Journal of Communication Management*, 8(2), 168-183. <https://doi.org/10.1108/13632540410807637>

Ticketmaster México. [@Ticketmaster\_Me]. (2022, 10 de diciembre). #AvisoImportante con respecto al concierto de @sanbenito (#BadBunny) en el @EstadioAzteca [Imágenes con comunicado]. Twitter. [https://twitter.com/Ticketmaster\\_Me/status/1601479817135677440?s=20](https://twitter.com/Ticketmaster_Me/status/1601479817135677440?s=20)

Van Riel, C. (1997). *Comunicación corporativa*. Prentice Hall.

Vera, R. (2022, 10 de diciembre). Legisladores Morena van tras Ticketmaster por cancelación de boletos para Bad Bunny. *Proceso*. <https://www.proceso.com.mx/nacional/2022/12/10/legisladores-morena-van-tras-ticketmaster-por-cancelacion-de-boletos-para-bad-bunny-298465.html>

**Anexos 1 y 2 (En referencia al estado del arte y la construcción de los rasgos mediante expertos)**

Anexo 1. Hernández-Flores, H. G., Sánchez-Reina, J., & Robles-Avalos, R. (2021). Referente 1 “La Comunicación Responsable como dimensión de estudio en la literatura científica: Estado de la cuestión”. <https://revistapangea.org/index.php/revista/article/view/132>

Anexo 2. Sánchez-Reina, J. R., Hernández-Flores, H. G., & González-Lara, E. F. (2022). Referente 2: “¿Qué entienden los expertos por comunicación responsable?”. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2022.194011>

## CELEBRIDADES EN TIKTOK: ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y ECONOMÍA DE LA ATENCIÓN

Lorena Treviño Peláez  
[trevinolare@gmail.com](mailto:trevinolare@gmail.com)

Universidad Nacional Autónoma de México

A inicios de 2024 existen 5,037 millones de usuarios registrados en redes sociales. Entre las principales razones que tienen quienes se conectan en promedio 02:23 horas al día a una o varias redes sociales están: el pasar tiempo, ver de lo que se está hablando, encontrar inspiración para hacer o comprar cosas, localizar productos, ver transmisiones en vivo, mirar contenido relacionado con sus marcas favoritas y seguir a celebridades o influenciadores (We are social, 2024). Por número de usuarios las plataformas estadounidenses lideran el ranking, Facebook se posiciona como la más popular (3,049), seguida por YouTube (2,491), WhatsApp (2,000) e Instagram (2,000); por su parte, TikTok cuenta con 1,562 millones de usuarios, lo que la posiciona en el quinto lugar, cabe mencionar que ocupa el mismo sitio como la red preferida —en tanto, las primeros cuatro favoritas son Instagram, WhatsApp, Meta, Wechat—(We are social, 2024).

Tik Tok es propiedad de ByteDance, una empresa china dedicada a la tecnología, las telecomunicaciones y el internet, surgida en el 2012 por iniciativa de Yiming Zhing y Rubo Liang —presidente de la compañía—; al día de hoy cuenta con 150 mil empleados en 120 ciudades alrededor del mundo y ofrece más de una docena de productos y servicios. TikTok, lanzada en 2017, le permitió alcanzar el mercado global, gracias a que su antecesora Douyin demostró gran éxito como aplicación especializada en videos cortos. Entre sus inversores destacan seis firmas estadounidenses Coatue, General Atlantic, KKR, Sequoia Capital, Sig Susquehanna, Tiger Global; una nipona, SoftBank y una china, Source Code Capital (ByteDance, 2024).

Al ser dueña de Toutiao, ByteDance poseía conocimiento necesario sobre el comportamiento de los usuarios chinos, así que no tardó en aplicar la experiencia que le daban cuatro años en el consumo de videos cortos; no obstante, el perfeccionamiento del algoritmo se debió principalmente a la tarea nada fácil que la empresa china delegó a sus trabajadores al hacerlos revisar un centenar de aplicaciones provenientes de todo el mundo, aquellas con las que su producto insigne competiría en un futuro cercano; otras de las características de Douyin vendrían a demanda del creador, la música, por ejemplo; así como lo que estaba en boga en el país asiático, especialmente los filtros, incluyendo los *stickers*, por mencionar algunos elementos desarrollados con inteligencia artificial con la intención de hacer volver al usuario “una y otra vez” (Stokel-Walker, 2021).

En aras de su expansión, otras de las estrategias implementadas por ByteDance involucraron, primero, la adquisición de la estadounidense Flipagram, una aplicación con 36 millones de usuarios dispuestos a crear una presentación sonorizada a partir de fotos y música, dicha transacción costó \$50 millones de dólares. Segundo, la captación de talentos de empresas como Baidu. Tercero, alianzas con compañías de la región a través de aplicaciones de noticias, concretamente con la india Dailyhunt. Cuarto, la introducción de la aplicación en mercados considerados complicados, en este caso Japón donde los usuarios evitan mostrar sus rostros y nombres reales (Brennan, 2020).

Dos de los factores a considerar fueron las personas y los contenidos. Con la experiencia obtenida en la región, ByteDance aprendió que para posicionar la plataforma debía contar con influencers de dos tipos, es decir, celebridades con capacidad de llegar a grandes audiencias y personas para llegar a ciertos nichos —KOLs o *Key Opinion Leaders*—. Una de las ventajas que TikTok tenía sobre sus competidores occidentales era la creación de contenido en grupo, en lugar de individualizar las prácticas. Por si fuera poco, la empresa encontró que era conveniente estandarizar la identidad a nivel global, al tiempo que cada país contara con su propio inventario de contenidos y planes de mercadotecnia, promoción y crecimiento hechos a la medida (Brennan, 2020).

El crecimiento de TikTok, tanto en tiempo como en espacio hace interesante analizar las estrategias desplegadas en nuestro país a través de las 50 cuentas más populares, para ver qué elementos las ponen en común o las diferencian, si las marcas

—y de qué tipo— son las que tienen mayor presencia, dentro de los objetivos secundarios está el establecer una tipología del mismo listado, incluyendo igualmente las tácticas o puestas en pantalla de las que echan mano para viralizarse.

### **Economía de la atención, celebrificación e influencers**

Economía de la atención es un término acuñado por Michael Goldhaber (2006), quien sostiene que estamos avanzando hacia la “economía natural de internet”, puesto que se trata de un bien escaso que no puede ser compartido, ya que las personas no tenemos la capacidad de prestar atención a más de un objeto o sujeto a la vez. Desde tiempos remotos la atención ha sido importante, en un contexto cotidiano es deseable o agradable, pero en internet se convierte en una constante competencia que demanda una dosis de originalidad debido a su cualidad fugaz. No obstante, como el mismo autor lo menciona, nos adherimos aquellos que prefieren hablar de una etapa que caracteriza a internet, si bien este fenómeno se hace evidente gracias a la múltiple oferta de contenidos en línea, no hay que olvidar que las audiencias siempre fueron el objetivo de los medios masivos.

Sin dudas, entre las plataformas existe una competencia por alcanzar al mayor número de usuarios, debido a que esto se traduce en mayores entradas de dinero por concepto de publicidad; del mismo modo los productores de contenido buscan hacer videos con la mayor viralidad posible, tanto para conservar cautivos a sus seguidores, como para conseguir nuevos. Desde una perspectiva acrítica el círculo parece virtuoso, por un lado, la plataforma recibe mayores ganancias cuando más usuarios están en ella —ya sea produciendo o consumiendo contenidos—, mientras los usuarios se entretienen con la amplia oferta y los productores reciben dinero por su trabajo. Por cierto, en 2024 Tik Tok/Douyin se ubica como la séptima empresa con el mayor valor de marca, rondando los \$85 billones de dólares, ciertamente muy lejos de Apple (\$516 billones) que sigue siendo la mejor valorada (Orús, 2024).

Por otra parte, para Abidin (2018), las celebridades fueron tradicionalmente asociadas a los medios masivos, con la llegada de internet estas surgen en espacios *online* para luego pasar a los medios tradicionales; también se habla de microcelebridades o figuras conocidas solamente por su actividad en plataformas, redes sociales o blogs en línea. Siguiendo con esta autora, un influencer puede ser considerado como una

celebridad, entre sus características están su capacidad para “atraer y mantener” cierta cantidad de seguidores por medio de “contenidos altamente atractivos y personalizados”, en ese sentido su actividad se considera clave en la amplificación de mensajes.

### **Apartado metodológico**

Para acercarnos al análisis de la tiktoksfera mexicana proponemos un doble acercamiento, el primero, apoyado en el análisis de contenido cualitativo básico de las cuentas seleccionadas y de la plataforma. El segundo, es la etnografía en línea, ya que permite hacer una revisión a la forma en que los usuarios le dan sentido a sus prácticas, desde decidir los contenidos a partir de “a quiénes se perciben como audiencia” o cada vez que le imprimen sentidos a la identidad, la autenticidad o la autoría (Hine, 2004).

Esta combinación permitió desde contrastar y en algunos casos corregir el número de seguidores, hasta las puestas en pantalla, o sea las estrategias que despliegan los tiktokeros para viralizarse.

Los yos en línea, siguiendo a Gálvez y Tirado (2006) sirven a las personas para presentarse ante los demás, de tal forma que puedan distinguirse de los otros al tiempo que enmarcan sus cualidades.

La muestra se integra por 50 cuentas activas, el principal y único criterio para su inclusión es el número de seguidores, en este caso se trata de las cuentas más populares en nuestro país. Para determinarlas nos apoyamos en una lista preliminar generada de manera gratuita por la aplicación HypeAuditor, dicho listado incluía mil posiciones, esto permitió quedarnos con las más seguidas a marzo de 2024. Cabe mencionar que la verificación de la cuenta de los tiktokeros no fue tomada en cuenta a la hora de diseñar la muestra.

### **Conceptos engañosos: algunas estrategias de las plataformas**

De acuerdo con Fuchs y Sandoval (2015) el trabajo digital incluye desde los ingenieros especialistas en software bien remunerados, hasta los esclavos africanos encargados de extraer materiales necesarios en la fabricación de dispositivos, pasando por los trabajadores precarizados por cuenta propia y prosumidores que no reciben

remuneración. En este sentido, TikTok es una de las plataformas que se ha beneficiado del mito del prosumidor, evidentemente esta es una de las principales estrategias que usan este tipo de plataformas para acumular riqueza, según información de la propia red sólo se puede monetizar en siete países: Brasil, Francia, Alemania, Japón, Corea del Sur, el Reino Unido y Estados Unidos, es decir, en países como México ni las cuentas con más seguidores, ni los contenidos con gran viralidad obtienen pago alguno por parte de la plataforma.

Lo que Scholtz (2017), llama las zonas grises propician que las plataformas, gracias a una imprecisión en apariencia conceptual logren la evasión de derechos laborales mínimos, en ese sentido se evita llamarle trabajador, inclusive este estatus ha sido conseguido vía demanda. La lista que podemos armar a estas alturas resulta interminable, Uber llama “socios” a quienes prestan servicio como conductores de autos y a los repartidores de comida en moto o bici; Airbnb los llama igual; cabe mencionar que los vehículos y las propiedades en renta son de los “socios” nunca de las plataformas.

Aunado a ello, el trabajo cultural en un contexto de plataformización está marcado por cuatro tensiones. Primero, la visibilidad frente a la invisibilidad, en lo económico la visibilidad se relaciona con el prestigio y un ingreso mayor, por otro lado, en las industrias culturales siempre hay una parte no visible de trabajadores llamados “fantasmas”; segundo, lo colectivo frente a lo individual, a pesar de que haya miles de trabajadores, estos se encuentran dispersos y prácticamente con nulas posibilidades de organización; tercero, la seguridad laboral frente a la inseguridad, dicho de otro modo, contextos precarios marcados por la incertidumbre acompañada de un algoritmo del que dependen la visibilidad de los contenidos; y cuarto, la igualdad frente a la desigualdad, donde los que obtienen más y mejores oportunidades son hombres jóvenes blancos (Poell et al., 2022).

De trasfondo, existe incluso un mito que para nada es exclusivo de las plataformas estadounidenses, este es el de la meritocracia que se extiende entre los usuarios que participan creando contenidos u ofreciendo algún servicio teniendo como intermediarias a las aplicaciones, por si fuera poco, la idea de cada quien recibe lo que por su esfuerzo se merece, pasa por programadores e incluso algoritmos de los cuales no se tiene certeza del criterio del que parten para considerar más o menos valiosa

una publicación dentro de una red social en línea, por tanto, aquellos contenidos que van a priorizarse en cuanto a difusión (Bonini & Treré, 2024).

Para el caso concreto de TikTok, parte de las estrategias de las que echa mano se aprecian en su sitio web, la primera tiene que ver con el lanzamiento en 2023 de la “TikTok Academy”, donde se enfatiza la frase “conocimiento a través de la educación”, pero en realidad se promueve la incidencia de los potenciales anunciantes en la plataforma. También encontramos la “Academia de creadores” con similitudes con las actividades que organizan plataformas estadounidenses como YouTube y Amazon, es decir, se enfocan en la capacitación de los usuarios para ser más eficientes a la hora de diseñar contenidos. Dentro de las entradas que se ponen a disposición destacan un curso introductorio a la plataforma, ahí se indica cómo abrir una cuenta, etiquetar videos y conocer las reacciones de otros usuarios hacia tu contenido. El resto de las entradas siguen esa especie de entrenamiento del usuario.

Respecto a la monetización, esta es posible únicamente en siete países (mencionados antes), es decir, la creación de la cuenta y la residencia fija del tiktokero debe ser en alguno donde opera el Programa *Creator Rewards*. Aunado a ello otros criterios de inclusión son: la edad —no menor a 18 años—; el tipo de cuenta —exclusivamente las de tipo personal—; una base mínima de 10 mil seguidores; el apego a las normas y los términos; videos con duración mayor a un minuto, originales y con más de 100 mil visualizaciones en los últimos 30 días. Cabe aclarar que existe el Fondo para Creadores, del cual los tiktokeros inscritos se quejan por las pobres cantidades de dinero que reciben.

En la mayoría de países (algo así como unos 148) donde opera la plataforma, los productores de contenido reciben muy poco o no reciben dinero de TikTok, aunque tienen permitido colaborar con algunas marcas (vía Creator Marketplace) o anunciándolas, también pueden recibir regalos de los seguidores durante los en vivo, crear efectos (\$700 dólares por cada 500 mil videos únicos), poner a la venta productos (por Storefronts); todo ello bajo el esfuerzo y nivel de “compromiso” del creador, incluso la mayor desventaja de esta “oportunidad” dada por la plataforma se localiza en que los anuncios de una campaña tienden a ser evaluados —hay una competencia— y las ganancias estar sujetas a comisión.



La originalidad es la cualidad mejor valorada en/por la plataforma, al tiempo que constituye un elemento que no está del todo claro, ya que se recurre a la descripción del “contenido no original”, a su vez, el video pasa por una revisión —tampoco se especifica ni el quién, ni el cómo—, por lo que imprecisiones conceptuales y procedimentales imprimen opacidad al proceso, por tanto, podemos inferir que la intención es restringir aún más la monetización.

No podemos dejar de mencionar variables como el algoritmo, como dice Bucher (2017), a propósito de este, el usuario promedio no sabe lo qué es exactamente, así que nos lo pensamos en términos de su esencia, su funcionamiento y lo que suponemos debe ser. De alguna manera de este desconocimiento es de donde proviene el éxito de los “expertos” en algoritmos, aquellos que basados en números y algunas lecciones venden la idea de un servicio que más bien funciona en la medida en que se ajusta a lo que la plataforma quiere (Bishop, 2020). Estos expertos, bajo la forma de agencias que podemos encontrar en línea, ponen a disposición campañas o anuncios donde resalta la figura del influencer, empresas como Gamol ofrecen la posibilidad de montar campañas con la publicación en simultáneo de 1 a 200 influencers, Brolan cuenta con más de 120 influencers a nivel regional y Drim promociona el servicio de 250 mil microinfluencers.

### **Puestas en pantalla: algunas tácticas de los tiktokeros más seguidos por los mexicanos**

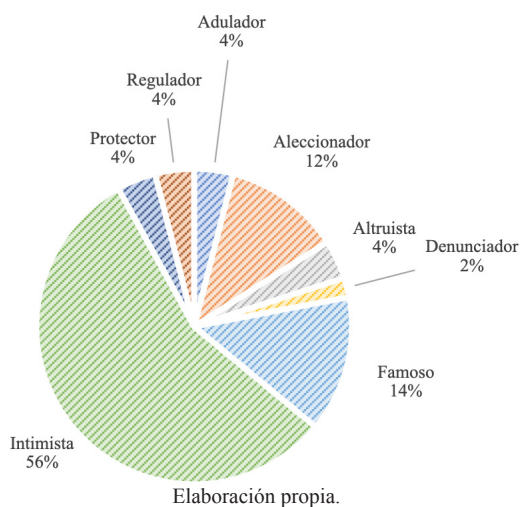
La metáfora de las puestas en pantalla adapta la propuesta de Erving Goffman a la investigación conducida bajo la dirección de Gálvez y Tirado (2006), en torno a un foro de discusión de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Si bien nuestros sujetos y objeto de estudio son de naturaleza completamente visual, la tipología proporcionada por los investigadores nos es de utilidad, en tanto, los propósitos de los usuarios coinciden en dos sentidos, el primero es que buscan visibilidad dentro del entorno y el segundo, estriba en llevar a cabo “un cuidado y esmerado trabajo de presentación de si mismos” (p. 146).

Dentro de las 50 cuentas encontramos 49 pertenecientes a usuarios, únicamente aparece una empresa en este listado, Netflix Latinoamérica (ver Anexo 1). Para determinar las tácticas empleadas en la muestra se revisaron las últimas 50 publicaciones

de cada usuario/empresa, luego se procedió a indicar la puesta en pantalla empleada con mayor frecuencia, considerando como en su momento lo hicieron Gálvez y Tirado que entre quienes participan hay una variedad de “yos”, no obstante, “la puesta en pantalla es la producción-construcción de un yo específico” (2006, p. 148). Los “yos” que encontramos en este análisis son: adulator, aleccionador, denunciador, intimista, protector, regulador, altruista y famoso —los últimos dos, son propuesta nuestra—. A continuación presentamos la Gráfica 1 con la frecuencia con que aparecen los “yos” de los tiktokeros —y Netflix Latam— .

**Gráfica 1**

*Puestas en pantalla en cuentas de TikTok (las más populares en México)*



Por frecuencia de aparición, encontramos que los tiktokeros que forman parte de nuestro *corpus* prefieren recurrir al yo intimista, en total 28 de las 50 o el 56% (Ver Gráfica 1), de hecho, de acuerdo con el número de seguidores, ocho de las diez más seguidas tienen como característica este yo. En esta puesta en pantalla, como su nombre lo indica, se incluyen aspectos de la vida considerados muy personales, ejemplo de cuentas en donde los creadores de contenido comparten pasajes de su

vida privada son @kimberly.loaiza, @karlabustillos, @lilyxgarcia, @andreacuadros, @lealstephany, @lesliemckenzzie, @cesarpantoja.n, quienes comparten momentos vividos en su entorno familiar, incluyendo sus mascotas.

Dentro de este primer grupo destaca el usuario @sonrixs\_, una de las razones de su popularidad se debe a la nacionalidad de su novia, una chica canadiense con quien aparece en varios videos. También están los tiktokeros que presumen tener un círculo de amistades extenso con el que se divierten o pasan agradables momentos, como @briandadeyanara, @darianrojasc y @arayfer\_ha.

Otras cuentas muestran las aficiones de sus autores como bailar y cantar en algún lugar de su casa, normalmente su habitación (@domelipa, @mont.pantoja, @its.michhh, @ignaciaa\_antonia y @arigameplays), incluso dos tiktokeras @odalysanddafinne y @amadorat presentan *stories time* mientras se maquillan o preparan su atuendo del día. Para conectar con otros usuarios algunos usan su estilo chaka, haciendo alusión a una subcultura que escucha reggaetón, luce joyería y viste atuendos que exageran el tamaño de la ropa y el calzado, entre ellos @elrodcontreras y @yerimuaa. Por último, encontramos a quienes en sus publicaciones resaltan su personalidad polémica, sincera, dramática, osada o su buen sentido del humor, @jdpantoja, @fedevigevani, @karenbarrera, @marianapalacios, @orsonpadilla63 y @belladuenas. Además, de la tiktoker @chinguamiga o una coreana viviendo en nuestro país —como ella misma se describe—, cuyo contenido da cuenta de las diferencias entre las culturas coreana y mexicana.

El yo famoso, es la segunda puesta en pantalla que encontramos con mayor frecuencia, siete de las cuentas o el 14% (Ver gráfica 1) pertenecen a comediantes, actores/actrices, cantantes o figuras ya conocidas por su trabajo en otras plataformas como YouTube. En este grupo destacan @ederbez y @danna, el primero por su trayectoria en la televisora mexicana más importante y películas hollywoodenses, una de las razones para incursionar en TikTok fue la búsqueda de talento joven para la realización de series cómicas que integran el catálogo de Amazon Prime Video; la segunda, igualmente comenzó como actriz en Televisa, posteriormente se integró al elenco de series de Netflix y en paralelo ha seguido una carrera como cantante. En un caso similar se encuentra @karolsevillaoakay, quien fuera protagonista de una serie original de Disney Channel, en este sentido podemos diferenciar a los tres sujetos de

este conjunto por un nivel de fama alto que llevan a las redes sociales en línea para promocionar su trabajo.

Luego tenemos a una actriz (@briggs\_bozzo), que interpreta personajes secundarios en la televisión nacional; un comediante (@francoescamilla) especializado en hacer *stand up*, cuyos shows han sido programados en televisión por cable; así como dos figuras que forjaron su fama como youtuberos, @keniaos y @luisitocomunica, ella dedicada ahora a la música y él un hombre joven que documenta sus viajes dentro y fuera del territorio nacional. Aunque con menos fama, estos personajes buscan presencia en la mayor cantidad de espacios *online*.

Los tiktokeros del tipo aleccionador fueron seis o el 12% de las cuentas (Ver Gráfica 1), ellos se diferencian por cierto grado de conocimiento, para nosotros esta puesta en pantalla también se encarga de orientar a otros usuarios en determinadas situaciones, por ejemplo, @pongamoslo\_a\_prueba y @rickylemon99, dedican sus publicaciones a replicar experimentos virales y testear productos, su aportación radica en ayudar a quienes los siguen a darse cuenta de lo que es falso o vale la pena comprar. Por su parte, @pakoyaso\_ comenzó siendo una parodia de otro tiktokero (@robegrill) que se dedica a preparar platillos y que popularizo la frase “que chille”; @fariddieck profundiza en los detalles de películas con el objetivo de evaluarlas, si bien su formación no es en comunicación o cine ha hecho de sus recomendaciones un pretexto para aconsejar qué ver en un fin de semana. En un sentido más bien moral, @leidys\_sotolongo acude a personajes que ella misma interpreta, como el de una niña, en situaciones que proponen distinguir entre lo que se puede considerar “bueno” o “malo”.

La tiktokera que despunta entre los aleccionadores es @dorisyocelein, quien muestra el paso a paso que sigue para realizar maquillaje profesional, ya sea recreando personajes famosos provenientes de películas o inspirados en emojis; Doris, es mejor conocida por su #tren mexa que ha sido visto por más de 249.8 millones de usuarios alrededor del mundo, cabe mencionar que este *trend* forma parte de un reto entre tiktokeras de diferentes países, el objetivo es convertirse en la versión más viral resaltando los vestuarios característicos de su cultura.

A estas alturas, una pregunta clave relacionada con esta tiktokera es cuánto gana ella o la más popular de la plataforma (@kimberly.loaiza), la respuesta es simple:

poco, pero no tan simple, pues los recursos invertidos por los productores de contenido no siempre se recuperan, esta es una clara muestra del trabajo digital producido sin remuneración, situación a la que están expuestos millones de usuarios aquellos que no pasan el filtro de las plataformas o están geográficamente localizados en regiones como la latinoamericana, en contraste, en Europa se lanzó el Fondo para Creadores.

El yo adulator, busca agrandar hablando bien de los demás o de sí mismo, en @.kunno y @ Netflixlat se hace presente esta puesta en pantalla hacia los protagonistas de las respectivas cuentas. La cuenta de tipo personal presenta rasgos notables de un usuario que busca llamar la atención sobre su persona; la empresa no se queda atrás, tiende a promocionarse como un referente en la industria, cada serie o película que tiene su sello se hace destacar con un toque de buen humor.

Ejemplos de cuentas donde predomina un yo altruista son @omahi.tiktok y @alexisomman, sus contenidos se realizan en la vía pública o centros comerciales, la dinámica consiste en buscar personas que necesitan ayuda económica o material, a veces simplemente alguien con suerte, la diferencia entre estos tiktokeros que obsequian celulares, autos, viajes, casas y dinero, es que para el primero es requisito ser su seguidor, en cambio el segundo no pone ninguna condición.

La puesta en pantalla denominada el yo protector se ejecuta por usuarios que cuidan de otros tiktokeros, como @libardoizaza quien se esmera en acoger a los nuevos o @jashlem quien invita a otros tiktokeros a realizar contenido, videos grupales. En lugar de verse como competencia, es probable que este tipo de usuarios consideran que es mejor llevar una relación cordial con los otros miembros de la comunidad, tanto por los proyectos en los que estuvieron, están o pueden involucrarse, o bien por el manejo de su imagen en los eventos a los que son convocados por la plataforma.

El yo regulador pone especial atención a lo relacionado con la conducta o la actitud de la gente, desde la cuenta @hotspanishmx, por ejemplo, se reta a las personas, normalmente parejas, a confesar secretos que puedan llegar a lastimar su relación, la premisa en esta ocasión es ser sincero hasta las últimas consecuencias, y por supuesto, que el conflicto humano siempre llama la atención. La cara opuesta de la moneda es @naimderrechelemete, un extranjero quien se ha visto envuelto en polémicas por la forma en que habla y trata a las mujeres, lo que se traduce en incitación a determinados comportamientos.

Los yos adulator, altruista, protector y regulador tienen el mismo número de cuentas en común, es decir, dos o el 4% (ver Gráfica 1). La última y menos frecuente de las puestas en pantalla revisadas es el yo denunciador, representado por @matispano, el tercer extranjero de la lista, quien utiliza el punto de vista (POV, por sus siglas en inglés) para dirigir la atención hacia las condiciones en que viven los animales, los habitantes de otros países, cómo se valora a las personas, entre otros temas.

Para cerrar este apartado consideramos necesario resaltar que las cuentas más seguidas pertenecen a chicas y chicos que cumplen con otros estándares de belleza promovidos por las sociedades contemporáneas. Incluso, TikTok ha sido señalado como un espacio donde los feos, pobres o quienes padecen de alguna discapacidad son ocultados por los programadores que trabajan para la plataforma china, justo en 2020 *The Intercept* dio a conocer documentos que precisaban instrucciones para eliminar esos perfiles de #foryourpage.

### **A manera de conclusión**

Los mitos de ser tú mismo o divertirse mientras ganas dinero contrasta con la realidad que te impone la plataforma, si tu intención es monetizar, en primera instancia la serie de filtros que conlleva un programa como el Creator Rewards impide que esto sea posible. Las alternativas para los tiktokeros se vuelcan en llamar la atención de los otros usuarios, muchas veces a costa de la exhibición de su intimidad, por no decir de la exposición de sus cuerpos, o de otras puestas en pantalla que los haga resaltar del resto, lo que no siempre constituye una tarea fácil, por el contrario, se vuelve en una ardua competencia en la que ganar exige el máximo esfuerzo para —en el mejor de los casos— ser contratados por una agencia, o sea un intermediario entre las empresas anunciantes y los tiktokeros.

La idea de libertad es otro mito que se suma al de la diversión y la posibilidad de ser uno mismo, trabajar por cuenta propia puede llegar a “glamourizar” un tipo de trabajo demandante y exigente en el que constantemente se busca la aceptación de las audiencias (Duffy & Wissinger, 2017). La inestabilidad, no exclusiva de los productores de contenido, es la constante para todo aquel que pretenda tener un lugar en esta industria, cada día aparecen decenas de cuentas nuevas que se convierten en

un competidor potencial para los que en este momento ostentan los primeros lugares de popularidad o han creado la tendencia de moda.

Por otra parte, hay una serie de lineamientos tendientes a moldear el comportamiento de los usuarios y con ello los contenidos, aparte de las normas y los términos, por ejemplo, para los *live* o emisiones en vivo debes determinar un horario, justo antes se recomienda publicar un video —esto “impulsa” tu visibilidad durante el live—, cuidar al máximo los aspectos técnicos como la iluminación, el sonido, la conexión a internet, la cámara, un guión para no perderte y, por supuesto, interactuar todo el tiempo con los espectadores. Si bien, los en vivo tienden a tener una duración libre, a cambio la plataforma exige cierta periodicidad por parte del creador o de lo contrario advierte con cerrar por falta de uso, los regalos que se pueden recibir a lo largo de la transmisión son cambiados por diamantes y luego por dinero, nuevamente formas para ralentizar el pago.

Aunado a los videos, que ahora TikTok ha decidido que deben ser mayores a un minuto y por tratarse de productos con transiciones, cambios de maquillaje y vestuario, el trabajo de tiktokeras como @dorisyocelein y @belladuenas implica dedicarle a la filmación entre 40 y casi 70 horas, aparte de involucrar a otras personas en el proceso. Esta y otras plataformas se benefician del mito meritocrático para que millones de usuarios produzcan hasta los efectos, estableciendo una relación en la que la plataforma gana siempre. Estas estrategias, por mencionar algunos ejemplos, les facilitan a los dueños de estas redes sociales online acumular riqueza en detrimento de los usuarios más jóvenes dispuestos a todo o casi todo por conseguir la tan anhelada atención.

## Referencias

- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: understanding fame online*. Emerald.
- Bishop, S. (2020). “Algorithmic experts: Selling algorithmic lore on YouTube”. *Social Media & Society*, 6(1). [https://www.researchgate.net/publication/338730674\\_Algorithmic\\_Experts\\_Selling\\_Algorithmic\\_Lore\\_on\\_YouTube](https://www.researchgate.net/publication/338730674_Algorithmic_Experts_Selling_Algorithmic_Lore_on_YouTube)
- Bonini, T., & Treré, E. (2024). *Algorithms of resistance: the everyday fight against platform power*. MIT.

- Bucher, T. (2016). The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 30-44. [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7574200/mod\\_resource/content/1/bucher2016\\_facebook.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7574200/mod_resource/content/1/bucher2016_facebook.pdf)
- Brennan, M. (2020). Attention Factory. *The story of TikTok & China's ByteDance*.
- ByteDance (2024). *About us*. <https://www.bytedance.com/en/>
- Duffy, B. E., & Wissinger, E. (2017). Mythologies of Creative Work in the Social Media Age: Fun, Free, and “Just Being Me”. *International Journal of Communication*, 11. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/7322/2185>
- Fuchs, C., & Sandoval, M. (2015). Trabajadores Digitales del mundo, uníos! Un marco para teorizar críticamente y analizar el trabajo digital. *Hipertextos*, 2(4).
- Gálvez, A. M., & Tirado, F. (2006). *Sociabilidad en pantalla: un estudio de la interacción en los entornos virtuales*. UOC.
- Goldhaber, M. (2006). “The value of openness in an attention economy”. *First Monday*, 11(6). <https://doi.org/10.5210/fm.v11i6.1334>
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. UOC.
- Orús, A. (2024, 29 de enero). Marcas líderes por valor de marca a nivel mundial en 2024. <https://es.statista.com/estadisticas/680417/marcas-lideres-del-mundo-por-valor-de-marca/>
- Poell, T., Nieborg, D., & Duffy B. E. (2022). *Platforms and cultural production*. Polity.
- Scholtz, T. (2017). *Uberworked and underpaid: how workers are disrupting the digital economy*. Pility.



Stokel-Walker, C. (2021). *TikTok Boom: China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media*. Canbury.

We are social (2024). *Digital 2024. Global overview report*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/>

### Anexo 1. Cuentas de TikTok analizadas

Cuenta	Seguidores (millones)	Yos
@kimberly.loaiza	81.1	intimista
@domelipa	74.5	intimista
@pongamoslo_a_prueba	44.9	aleccionador
@mont.pantoja	35.2	intimista
@elrodcontreras	43.3	intimista
@its.michhh	37.5	intimista
@jdpantoja	37.2	intimista
@ignaciaa_antonia	31.5	intimista
@briandadeyanara	31.1	intimista
@kunno	31.9	adulador
@hotspanishmx	30.5	regulador
@darianrojasc	30.3	intimista
@naimderrechelemete	30.3	regulador
@matispano	29.5	denunciador
@karlabustillos	29.5	intimista
@jashlem	28.4	protector
@karolsevillaoakay	28.2	Famoso
@jimena.jimenezr	27	intimista
@chinguamiga	26.6	intimista
@arigameplays	25.9	intimista
@omahi.tiktok	25.4	Altruista
@briggsi_bozzo	25.4	Famoso
@Netflixlat	23.6	adulador
@fedevigevani	23.1	intimista
@dorisyoceLin	22.1	aleccionador

Cuenta	Seguidores (millones)	Yos
@odalysanddafnne	21.7	Intimista
@amadorat	21.7	Intimista
@lilyxgarcia	21.2	Intimista
@ederbez	21.2	Famoso
@keniaos	22.3	Famoso
@yerimuaa	22.3	Intimista
@francoescamilla	21.4	Famoso
@sonrixs_	21.1	Intimista
@andreacuadros	20.7	Intimista
@rickylemon99	20.7	evaluador
@libardoizaza	20.3	Protector
@pakoyaso_	19.9	Aleccionador
@lealstephany	19.7	intimista
@leidys_sotolongo	19.5	aleccionador
@arayfer_ha	19.1	intimista
@alexisomman	19.1	altruista
@karenbarrera	19	intimista
@lesliemckenzie	18	intimista
@marianapalacios	17.9	intimista
@cesarpantoja.n	17.6	intimista
@faridieck	17.5	aleccionador
@orsonpadilla63	17.1	intimista
@danna	17.1	famoso
@luisitocomunica	16.9	famoso
@belladuenas	16.8	intimista

# RUPTURAS ESTÉTICAS Y ÉTICAS EN EL ARTIVISMO CUBANO: EL CASO DEL #00BIENALDELAHABANA Y #NOLABIENALDELAHABANA

Rossana Bouza Fajardo  
[rossabf92@gmail.com](mailto:rossabf92@gmail.com)

Universidad Iberoamericana - CDMX

El recrudescimiento de los mecanismos de control y censura por parte del Estado cubano, con Decretos como el 349 en el 2018, la masificación de la conectividad a Internet a partir del 2015, así como el agotamiento del proyecto revolucionario, conllevaron en los últimos años a rupturas inusitadas entre los artistas<sup>1</sup> y la institución arte en Cuba, las que se evidenciaron mediante los *hashtags* #00BialdeLaHabana y #NoALaBialdeLaHabana. La brecha entre lo permitido y lo considerado como diversionismo ideológico experimentó una contracción gradual, al punto que la Bial de La Habana, el evento cubano más destacado en el ámbito de las artes visuales dejó de ser representativo para un número considerable de artistas cubanos.

La Bial de La Habana, a pesar de su importancia para el arte del Sur Global, está estrechamente ligada a la narrativa oficial del arte cubano y al complejo de visualidad hegemónico creado por la revolución<sup>2</sup>. Tal como lo señala Mirzoeff: “Si el régimen

1. El tipo de artivismo que se analiza en la presente investigación es el que surge a partir de la discrepancia con el régimen cubano y su política cultural.
2. Mirzoeff establece que “la visualidad no está únicamente compuesta por percepciones visuales en un sentido físico, sino que engloba un conjunto de relaciones en las que se combinan la información, la imaginación y la reflexión para generar un panorama tanto físico como psíquico” (2016a, p. 35). Es crucial señalar que, según la definición de Mirzoeff, el complejo de visualidad comprende tres operaciones fundamentales: clasificar, separar y estetizar (p. 34). En el caso cubano, la frase expresada por Fidel Castro en 1961: “Dentro de la Revolución, todo; contra la Revolución, nada” (p. 15) definió la política cultural y el criterio para clasificar y excluir a los artistas cubanos. Este principio rector desembocó en el Quinquenio Gris, un período marcado por la represión, la censura y el ostracismo. Los patrones foráneos, como el llamado realismo socialista, tan en boga en la URSS, se asignó como la corriente verdaderamente consecuente con la revolución y sus principios. Estas cuestiones conectan con la última operación del complejo de visualidad planteado por Mirzoeff: la acción de estetizar. Dentro de esta legitimación estética encontramos el Registro del Creador, una suerte de credencial conferida por entidades estatales, un requisito *sine qua non* para que un artista pueda vender y exhibir su obra en las galerías y museos insertos en el tejido artístico cubano.

visual imperante no nos representa, es necesario hallar formas de representarnos a nosotros mismos. Es necesario una revolución, no en términos marxistas, sino una revolución de la visión” (2016b, p. 256). Precisamente, eso es lo que han hecho los artistas y activistas cubanos en los últimos años: desarticular e incluso, hacer cortocircuito a la retórica y la visualidad promovida por la revolución, llevando a cabo, entre otras acciones, protestas contra la Bienal de La Habana.

Estos *hashtags* fueron un acto de disenso desde lo estético y simbólico, pues el boicot—a uno de los eventos culturales más importantes de la región latinoamericana y caribeña y el lugar de legitimación y visibilidad del arte cubano por excelencia—demostró la inconformidad de la comunidad artística por el aumento de la censura y la represión y la falta de libertad de creación y de expresión.

El objetivo del presente texto es examinar las características y circunstancias que han condicionado al activismo cubano actual. Se abordará la utilización de las tecnologías digitales como un espacio alternativo para la acción política en Cuba. El estudio del fenómeno se enunció desde una línea que se focaliza en la Bienal de La Habana. Esta elección no solo se fundamenta en la ocurrencia de acciones activistas durante dicho evento, sino principalmente debido a que el activismo ha tomado el espacio simbólico de la Bienal como plataforma estratégica para crear intersticios en la visualidad de la revolución.

## **Fundamentación Teórica**

Los fundamentos teóricos se anclan principalmente en la conceptualización de disenso de Jacques Rancière (2005, 2013) para explorar las maneras en que las expresiones artísticas desafían y subvierten las estructuras políticas establecidas. Además, es significativa la perspectiva de Hannah Arendt (2009, 2012) sobre el espacio público en regímenes totalitarios, pues permite entender las complejidades de la participación ciudadana y la expresión artística en contextos políticos restrictivos como el cubano.

Uno de los términos neurálgicos de la investigación es el de activismo, neologismo obtenido de la unión de la palabra arte y activismo. Ortega Centella (2015, pp. 103-104) lo define como un arte de participación social y expresión política, de acciones artísticas transgresoras que se implican en los distintos procesos de cambio que experimenta la sociedad; posee un carácter colectivo, sea por la intervención del

espectador o la intención de reacción por parte de este. Gerardo Mosquera (2015), al reflexionar sobre el artivismo, expone que la contemporaneidad atestigua la adhesión de numerosos artistas a una corriente, donde las obras de arte trascienden su dimensión social, siguiendo una trayectoria intrínseca a su proceso artístico, incluso cuando dicho propósito no constituía su objetivo primordial. Del mismo modo, se observa el fenómeno inverso, donde ciertas acciones políticas incorporan elementos estéticos, teatrales y sociales como medio simbólico para intensificar su impacto.

Nicholas Mirzoeff (2016b) también exploró el concepto de artivismo, al que denominó activismo visual. Según el autor, el activismo visual, de naturaleza colectiva y colaborativa, emerge como una poderosa herramienta para catalizar transformaciones, al permitir la creación activa de nuevas imágenes, perspectivas y formas de interactuar con el entorno circundante. Este enfoque incluye el uso del archivo, la formación de redes, la investigación, la adopción de un vocabulario visual alternativo y el trazado de mapas, todas orientadas a generar cambios, sean pequeños o grandes. El artivismo busca una manera activa de “crear nuevas imágenes propias, nuevos modos de ver y ser visto, nuevas maneras de ver el mundo” (p. 260).

## **Metodología**

En el último segmento de los resultados se empleó imágenes y sus respectivas descripciones extraídas de los mencionados *hashtags* como evidencia argumentativa. La obtención de estos datos se llevó a cabo mediante técnicas digitales desarrolladas por Gabriela Sued (2020), que comprende cinco etapas: selección de la red social, recolección de datos, su organización, análisis (tanto de imágenes como de texto) y visualización.

Dado el marcado énfasis de la investigación en la visualidad, se optó por realizar el *scrapping* en Instagram, por ser entre las redes sociales usadas por los *hashtags* objeto de estudio, la más centrada en la imagen. La recolección de datos se efectuó mediante el programa *Apify* y se organizaron en una hoja de cálculo almacenada en Google Drive. Posterior a su descarga, se manejó la herramienta *Tropy* para su visualización en conjunto con la finalidad de identificar patrones. En cuanto a las descripciones (*captions*), fueron ingresadas a *Voyant Tools* y utilizando la función de presentación de términos, se generó una tabla que destaca las principales palabras clave asociadas a los *hashtags* seleccionados.

## Resultados

### *Intersticios en el complejo de visualidad de la revolución. Un acercamiento al artivismo cubano*

Manifestarse abiertamente contra la visualidad hegemónica y la política cultural de cooptación del gobierno cubano, es un gesto de valentía por parte de los artistas, sobre todo los que viven en el territorio nacional. Desde el triunfo revolucionario, la patria, la soberanía y la independencia se han homologado con el proyecto socialista de la revolución. Según Velia Cecilia Bobes: “El arraigo de una cultura política marcada por el nacionalismo beligerante, la intolerancia y la moralización política, ha generado una definición de la nación desde lo político y ético que siempre es excluyente respecto a otro” (2007, p. 14). Esto ha dado lugar a un principio de unanimidad y a la marginación de las minorías, especialmente de aquellas marcadas como disidentes, quienes han sido excluidos de la pertenencia legítima a la comunidad política y a la sociedad civil.

En palabras de Desirée Díaz

El texto mismo de la Constitución concibe al ciudadano cubano modélico como revolucionario, socialista, marxista-leninista y antiimperialista, con lo cual, implícitamente, excluye de la comunidad nacional y destituye de su condición de cubano a todo aquel que no comparte esa definición primera y fundamental. (2021, p. 33)

Los que no encajan con dichos principios revolucionarios, en términos de Hannah Arendt son catalogados como apátridas, pues no poseen derechos y, por ende, pueden ser privados de libertad y tratados de manera desigual. En la experiencia arendtiana, los judíos, al carecer de pertenencia a un Estado-nación y no contar con protección legal, se encontraban desprovistos de derechos que pudieran salvaguardarlos. Esta situación les privó de la capacidad de existir políticamente, transformándolos en individuos o súbditos faltos de un Estado (Arendt, 2012).

La despersonalización del sujeto en el contexto del discurso revolucionario obstaculiza la formación de una expresión política diversa. En virtud de ello, cualquier indagación o evaluación crítica de las políticas gubernamentales sitúa al ciudadano cubano en la categoría de adversario del sistema, legitimando, de este modo, la

aplicación de medidas punitivas, como los actos violentos contra los integrantes del Movimiento San Isidro<sup>3</sup> y los manifestantes del 11 de julio de 2021.

El Estado cubano ha generado una esfera pública que se caracteriza por un escaso disenso, sustentada mediante mecanismos que incluyen el monopolio absoluto de los medios de comunicación estatal y el control de los contenidos a través del Departamento Ideológico del Partido Comunista de Cuba. Los clasificados como disidentes son desconectados de sectores de la sociedad civil, a partir de la falta de espacios dentro de los medios de comunicación oficiales y las campañas constantes de desprestigio que sufren en el ámbito factual, discursivo y simbólico. Estas acciones están amparadas por normas legales que criminalizan las actividades de los disidentes políticos y respaldan la represión por parte de las autoridades. Es decir, los disidentes son excluidos de la esfera pública. “En la escena pública únicamente se tolera lo que es considerado apropiado, digno de verse y oírse, de manera que lo inapropiado se convierte automáticamente en asunto privado” (Arendt, 2009, p. 61). Lo privado es estar privado de elementos esenciales de una verdadera vida humana, como ser visto y oído por otros y tener un mundo de cosas en común; radica en la ausencia de los demás. El régimen cubano impide que el individuo se exprese y se relacione libremente en la esfera pública, en la esfera de lo común y lo obliga a confinarse en su vida privada o, en casos extremos como el del creador Luis Manuel Otero Alcántara<sup>4</sup>, a perder su libertad.

Ser etiquetado como artista “problemático” ha implicado serios costos tanto a nivel social como personal, pues significa ser expuesto a difamaciones en los medios de comunicación estatales, enfrentar agresiones físicas y detenciones. La aplicación

- 
3. El Movimiento San Isidro (MSI) surgió en el 2018 como respuesta al Decreto 349. Es un grupo plural, constituido por artistas, periodistas, curadores y activistas en general. Una de las acciones más renombradas de este movimiento fue la huelga de hambre que realizaron como protesta al encarcelamiento arbitrario del raperero contestatario Denis Solís. El 26 de noviembre la policía, junto con un equipo de salud, irrumpió la casa donde se encontraban los huelguistas. Como inconformidad por el allanamiento violento, el día 27 de noviembre, un grupo de artistas e intelectuales fueron hasta el Ministerio de Cultura para exigir explicaciones del caso San Isidro y condenar las prácticas sistemáticas de censura y represión por parte del Estado. A pesar del despliegue de un gran dispositivo de seguridad alrededor del Ministerio, durante el transcurso del día creció el número de plantados hasta llegar a varios cientos. Finalmente funcionarios ministeriales se reunieron con treinta de ellos y luego de varias horas de debate, se establecieron algunos acuerdos que a la larga no fueron respetados (Rialta & El Estornudo, 2020).
  4. Luis Manuel Otero Alcántara se ha convertido en una figura muy representativa y mediática dentro del artivismo cubano, al punto de ser nombrado por la Revista Time entre las 100 personalidades más influyentes del mundo en 2021.

del concepto de genocidio intelectual, entendido como un crimen contra la humanidad que menoscaba la libertad de expresión de un individuo o grupo, resulta pertinente cuando los artistas son vilipendiados en los medios nacionales y acusados de actividades como espionaje o colaboración con los Estados Unidos (García, 2022). Esta acusación, en el contexto del ethos revolucionario, conlleva ser marcado como disidente o un traidor a la patria.

El extremismo en el área de la cultura se evidenció con Decretos como el 349,5 la censura, el hostigamiento y el encarcelamiento a artistas y gestores. El escenario en el que se desarrolla el activismo cubano actual está atravesado por un rígido control de las instituciones culturales, el deslinde de los artistas con las mismas y la crítica más directa y descarnada de los creadores hacia el gobierno y sus estructuras, tanto en el espacio público como en las redes sociales.

La postura del activista es llevar su arte más allá del cubo impoluta de la galería, de trascender el espacio expositivo, lograr un vínculo y acompañar movimientos y causas sociales desde un arte políticamente comprometido y que funcione como una herramienta social. Tania Bruguera al respecto expresó: “El activismo es el reclamo de interferencia en la realidad, el reclamo de cambio de la sociedad que pueden hacer los artistas desde el arte” (Rodríguez & Curbelo, 2020). El activismo trasciende la concepción de ser un proyecto de corto plazo o la creación de una obra política específica; en cambio, implica reflexionar sobre la totalidad de nuestra existencia y cómo la vivimos (Mirzoeff, 2016b, p. 256). Por ello, activistas cubanos como Bruguera y los integrantes del Movimiento San Isidro han sido perseguidos, encarcelados e incluso exiliados, porque han recurrido una y otra vez, a pesar de las amenazas, a acciones artísticas consideradas disidentes o contestatarias.

Teniendo en cuenta el arte político que concierne a estos hashtags objeto de estudio, podemos ubicarlos como un activismo desde el disenso. Según Jacques Rancière “disenso no es en principio el conflicto entre los intereses o las aspiraciones de diferentes grupos. Es, en sentido estricto, una diferencia en lo sensible, un desacuerdo

---

5. El Decreto 349, publicado de forma casi silenciosa en el Diario Oficial de Cuba en julio de 2018 y promulgado el 7 de diciembre de ese mismo año, fue una medida gubernamental en Cuba destinada a controlar el arte y los artistas, así como sus fuentes de ingreso. El mismo regulaba la producción artística independiente y el contenido del arte, otorgando a los inspectores la autoridad para cerrar exposiciones o conciertos que consideraran contrarios a la política cultural de la revolución. (Cabrera Perez, 2020).

sobre los datos mismos de la situación, sobre los objetos y sujetos incluidos en la comunidad y sobre los modos de su inclusión” (2005, p. 52). Podría establecerse que el activismo desde el disenso, es un tipo de activismo cubano con una mirada crítica y de oposición abierta a las autoridades cubanas y que “propone hacer conscientes los mecanismos de la dominación para transformar al espectador en un actor consciente de la transformación del mundo” (p .34).

Una cuestión que diferencia al Movimiento San Isidro con respecto a otras iniciativas artísticas políticamente incómodas (como Los Aldeanos y La Joven Cuba), además de establecer mancuerna con otros grupos como Ovni Zona Franca e INSTAR (Instituto Internacional de Activismo Hannah Arendt), es que ha logrado movilizar un número importante de actores culturales. Esto se puede evidenciar con la protesta del 27 de noviembre de 2020 (27N) frente al Ministerio de Cultura de Cuba y los *hashtags* mencionados. Las acciones del Movimiento San Isidro no se quedaron en la esfera micro, sino que han logrado un alcance mayor gracias al uso de las redes sociales para convocar, conectar con nuevos participantes, generar debate público, y visibilizar y documentar sus acciones.

***[R]evolución política, social y cultural de Cuba con la llegada del Internet.  
Un nuevo alcance para el activismo cubano***

El contexto cubano, indiscutiblemente, ha experimentado notables metamorfosis con la irrupción de la era digital, especialmente con el acceso masivo a Internet en la isla. A pesar de las restricciones de infraestructura y el elevado costo asociado, la conectividad ha propiciado la emergencia de fuentes informativas alternativas y ha abierto un espacio para la discusión y el intercambio de información sobre asuntos públicos. Además, ha posibilitado la interconexión entre individuos ligados a la oposición política, blogueros, activistas y periodistas independientes, estableciendo vínculos con medios de comunicación y actores políticos más allá del territorio nacional. Para Geoffray y Chaguaceda (2014, pp. 174-175) el escenario mediático en Cuba evolucionó de un modelo de control absoluto de la información, propio del



sistema soviético, a otro en el que nuevos actores y medios transforman la relación entre información, comunicación y política<sup>6</sup>.

Las limitaciones económico-materiales, las presiones externas y las políticas estatales de control, han hecho que históricamente la isla cuente con uno de los niveles más bajos de penetrabilidad digital a nivel mundial (Ravelo García & Benavente Morales, 2018, p. 103). La posibilidad de conectividad a la red era inconcebible para la mayoría de los ciudadanos cubanos antes de 2015. A pesar de las oportunidades surgidas en ese año con la apertura de puntos Wi-Fi y nuevas salas de navegación, el servicio siguió siendo costoso, lento y con restricciones en términos de búsqueda<sup>7</sup>.

No obstante, las “facilidades” para el acceso al espacio digital propició una ruptura con las lógicas del monopolio del emisor único y dio visibilidad a quejas y demandas que no tendrían cabida, por las características del régimen, dentro de otras zonas de la esfera pública. Los medios oficiales del Estado han quedado eclipsados. Los líderes cubanos se ven obligados a debatir con ciudadanos descontentos en las redes sociales y sus respuestas son, en el mejor de los casos, indignantes. Además, las plataformas digitales se han convertido en un testimonio de las desigualdades sociales, las condiciones precarias de la vida de muchos cubanos, los abusos de autoridad, la vigilancia policial y la vulneración de los derechos humanos.

El fenómeno del espacio digital y su interacción con los movimientos sociales ha sido objeto de consideración en el marco de la nueva constitución cubana promulgada en 2019. Bobes (2021), señala que los movimientos sociales en Cuba están emprendiendo la adopción de nuevas tácticas y estrategias, entre las cuales

- 
6. Geoffroy y Chaguaceda (2014) han delineado tres etapas discernibles en la relación entre los medios y el poder en el contexto cubano: la primera, abarcando desde los años sesenta hasta la caída del Muro de Berlín, caracterizada por el modelo clásico de vinculación entre la prensa y el poder inherente al régimen totalitario soviético; la segunda, extendiéndose desde la década de los noventa hasta la irrupción de Internet, marcada por la emergencia del periodismo independiente y un incremento de la crítica en las publicaciones oficiales; y la tercera, a partir de mediados de la década de los 2000, que se distingue por la irrupción de nuevos actores informativos, así como una mayor pluralidad y debate público, elementos que han mermado la hegemonía del discurso oficial en el contexto cubano.
  7. Las desafiantes condiciones para acceder a los flujos digitales han propiciado la adopción de prácticas sociales alternativas de conectividad por parte de la población, como un medio para mitigar las limitaciones impuestas por su entorno. Algunos de los mecanismos son el alquiler a extranjeros de sus derechos para conectarse en hoteles u hogares, la desviación de conexiones empresariales (sea por el uso ilegal de las claves o por nanos), el desbloqueo de sitios prohibidos por el Estado cubano mediante VPN; el recibo de contenido de televisión por cable extranjera de forma clandestina y la distribución de contenidos en el llamado paquete semanal (Ravelo García & Benavente Morales, 2018, p. 103).

destaca el activismo digital, con el propósito de fortalecer su capacidad de articular demandas y posicionarse como interlocutores genuinos y legítimos ante el Estado, particularmente en el contexto de la aprobación de la nueva constitución. No obstante, la dinámica colaborativa del Estado se encuentra circunscrita a sectores específicos, como movimientos afrodescendientes, feministas, LGBTQ+, animalistas y ONGs que ostentan reconocimiento oficial. Por el contrario, se deslinda y sanciona organizaciones consideradas opositoras o disidentes como aquellas identificadas como contrarrevolucionarias, proyanquis, que cuentan con financiamientos externos o que demandan independencia y autonomía de los medios de comunicación.

El espacio digital ha adquirido una posición preeminente como vehículo para la acción política, insertándose de manera intrínseca en el fenómeno del activismo en su sentido más amplio. Guiomar Rovira Sancho (2017, pp. 14-15) destacó que el activismo contemporáneo se ha distanciado significativamente de la militancia clásica de épocas anteriores. En la actualidad, los agentes sociales son multitudes conectadas que forman constelaciones performativas, es decir, redes de naturaleza efímera que emergen en torno a una causa común y que trasciende las barreras físicas y geográficas. El ámbito virtual no solo facilita la conexión entre individuos dispersos y amplía la cobertura de la acción activista, sino que también posibilita la gestación de acciones con alcance global. La emergencia de estas constelaciones performativas, en consecuencia, configuran nuevas modalidades de participación ciudadana y expresión política.

Con respecto al artivismo, teóricos especializados en la visualidad como Mirzoeff (2016b, p. 260) no realizan una distinción entre la digitalidad y la vida *offline*, es decir no agregan el adjetivo digital, pues consideran que ambos espacios se complementan. Para el autor, el artivismo implica la interacción entre píxeles (el resultado visible de lo generado por computadoras, como palabras, imágenes, sonidos y videos) y acciones (las intervenciones realizadas con estas formas culturales para instigar cambios, ya sea a través de acciones políticas directas o representaciones en la vida cotidiana o en un teatro o una galería).

El artivismo cubano, como lo demuestran los *hashtags* objeto de estudio, también se han apropiado de las diversas herramientas digitales para promover sus mensajes y críticas sociales, creando nuevos discursos verbo-visuales, en los que el arte

se presenta como elemento catalizador del espacio en la red. En ese sentido, también podemos mencionar la iniciativa #YoTambiénExijo liderada por Tania Bruguera, a través de INSTAR, y que incitaba a que los cubanos interesados en el cambio optaran por ser candidatos en las elecciones de 2018.

El arte y sus ramificaciones en las redes sociales se unen a esos reclamos por los derechos y las libertades de los cubanos. El ámbito de lo público en Cuba ha experimentado una transformación sustancial con la irrupción del espacio digital y el acceso masivo a Internet, pues lo público ahora se asume como una noción glocal (Celecia, 2017, p. 43), estructurado a través de diferentes niveles de configuración que pueden relacionarse entre sí y que necesariamente no tiene que estar ligado a un territorio físico. Con esto, las acciones artivistas han tenido un alcance mayor y han articulado una red de artistas, intelectuales, curadores, gestores culturales, periodistas y personas interesadas, tanto nacionales como extranjeras que se han sumado a la causa. Este artivismo forma parte de esa construcción de símbolos y discursos alternos que permiten mostrar la otra cara de la historia oficial y al mismo tiempo, establecerse como un punto de quiebre, tanto visual como ideológico frente a un poder inflexible y autoritario ejercido por la revolución.

### ***Un artivismo que se radicaliza: del #00BienalDeLaHabana al #NoALaBienalDeLaHabana***

Con un claro desencanto institucional y preocupados por el ambiente cultural tras la suspensión de la 13a Bienal de La Habana, se llevó a cabo del 5 al 15 de mayo de 2018 la #00 Bienal de La Habana. El evento quería demostrar que las iniciativas personales dentro del arte cubano podían coexistir con las instituciones estatales, sin necesidad de paranoias contrarrevolucionarias. Incluso se invitó a las galerías y museos del gobierno a participar. En una entrevista con los organizadores Yanelys Núñez y Otero Alcántara explicaron que su propósito no era ser un acto de agresión contra las entidades culturales o la Bienal de La Habana, sino desatar el arte cubano de la burbuja oficial del mundo del arte, reconectando la cultura con las realidades sociales cubanas (Villasmil, 2018).

A pesar del intento de colaboración con las instituciones oficiales, Otero Alcántara fue apresado y la bienal independiente fue desacreditada por la Asociación

Hermanos Saíz (AHS) y la UNEAC (UNEAC & AHS, 2018), quienes los tacharon de inescrupulosos y vetaron la posibilidad de discusión sobre la cancelación de la Trigésima Bienal y la realización de la #00 Bienal de La Habana. La formación autodidacta y uso de la jerga popular para expresar sus opiniones, eran uno de los argumentos utilizados para denostar a los artistas (Loss, 2021). Por un lado, el encarcelamiento de Otero Alcántara sembró más miedo entre los creadores cubanos y los lugares expositivos que participarían, pero por otro, recibió una mayor visibilidad mediática que se reflejó en el aumento de la ayuda económica y del número de artistas asistentes.

El propio nombre #00Bienal de La Habana se desmarcaba de la concepción tradicional que se tenía de una bienal y potenciaba la cuestión del espacio digital. En las redes sociales los organizadores promocionaron el encuentro artístico, recaudaron fondos, documentaron las actividades y denunciaron los hostigamientos que sufrieron por parte de la seguridad del Estado. En un régimen que tiene “un monopolio legal y fáctico sobre la representación/ participación política, sazonado con control/represión del activismo cívico” (González, 2017, p. 75), el hecho que se hayan sumado decenas de artistas residentes en Cuba y de la diáspora, evidenció la resistencia y la relevancia de la bienal realizada al margen de la revolución.

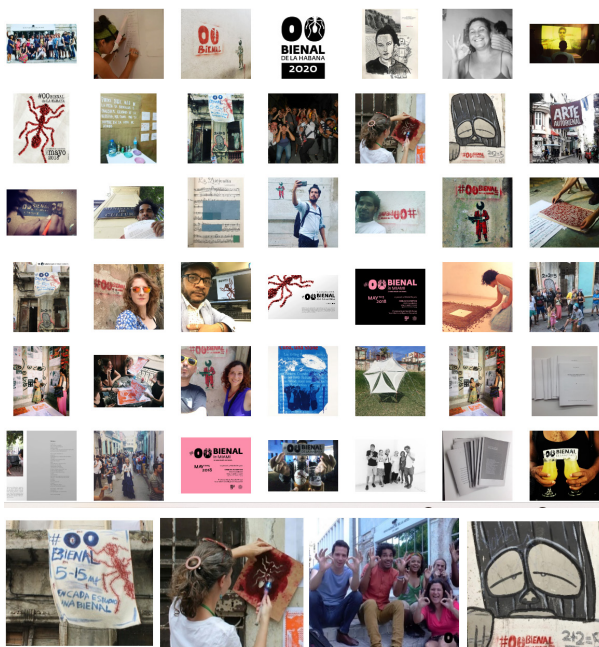
La #00Bienal de La Habana se concibió como un evento inclusivo, democrático y planificado desde la colaboración entre los artistas. Con esta premisa, no es de extrañar que el elemento que más llama la atención en el *flyer* promocional sea una hormiga, la que se asocia con la tenacidad y el esfuerzo. La estructura anatómica del insecto se hallaba compuesta, a su vez, por diminutas hormigas, configurando un simbolismo que aludía a la unidad como medio para alcanzar metas y lograr cambios en la sociedad.

En el corpus de imágenes recopilado (Figura 1), predominó las vinculadas a la promoción de la #00Bienal. En general eran instantáneas colectivas de los participantes o las obras, con un carácter más bien documental y por momentos envueltas en un ambiente lúdico. En algunas podemos divisar a los organizadores realizando el gesto que se convirtió en el emblema del evento: la unión del dedo pulgar con el índice, formando un cero. Otro tipo de fotografías que resalta son las enfocadas en las diversas acciones en el entorno urbano, las cuales abarcaron desde grafitis hasta la disposición de carteles. La elección del grafiti como medio para dejar estas huellas

por las calles subraya la concepción *underground* de la #00Bienal, gestada desde la voluntad de los artistas y prescindiendo de un presupuesto considerable. Como un acto iconoclasta, los grafitis y telas intervenían ese espacio urbano dominado por gigantografías laudatorias de la revolución, un espacio que metafóricamente, está tan en ruinas como la utopía del proceso revolucionario.

La apropiación de la ciudad, aunque fuese a una escala reducida, no solo representó una invitación a llevar el arte a la calle y distanciarse de las instituciones culturales, sino que evidenció que en el año 2018, se “podía” llevar a cabo una bienal independiente. Asimismo demostró que no era indispensable el respaldo institucional para organizar y gestionar un encuentro artístico de tal envergadura en el contexto cubano (participaron alrededor de 170 creadores entre nacionales y extranjeros).

**Figura 1**  
*Imágenes extraídas de las publicaciones en Instagram sobre el #00BienaldeLaHabana*



En relación con los componentes lingüísticos extraídos de las descripciones de las imágenes (Tabla 1), se advierte que la mayoría de las palabras están relacionadas con la planificación y la promoción, tales como el nombre, la fecha y la ciudad. Resulta particularmente significativa la mención a la urbe de Miami, ya que denota la inclusión de la diáspora cubana como un aspecto crucial en el desarrollo del evento y donde tuvieron lugar exposiciones simultáneas a la bienal. En contraste con el régimen político en la isla, el cual —a pesar de cierta apertura— todavía no le concede legitimidad a la narrativa de la diáspora, la #00 Bienal adoptó una postura receptiva hacia los cubanos residentes en Miami, reconociéndolos como “entes perteneciente a la cada vez más diversificada sociedad civil cubana” (Celecia, 2017, p. 43).

**Tabla 1**

*Términos más frecuentes de las descripciones que acompañaban las imágenes extraídas de Instagram sobre la #00Bienal de La Habana*

Términos	Contar
00biena1delahabana	94
00bienal	39
habana	32
cuba	28
bienal	19
miami	16
artistas	16
arte	16
encadaestudiounabienal	15
artists	14
havana	13
artecubano	12
art	12
2018	12
memoriasdela00bienal	9
mayo	9
cubano	9
primera	8
artelibre	8

Elaboración propia.

“En cada estudio una bienal...” es otro de los términos más frecuentes que acompañaron las imágenes. La expresión que constituyó el lema del encuentro artístico es una adaptación de la frase: “En cada cuadra un Comité”, la cual hacía referencia a los Comités de Defensa de la revolución (CDR), una organización establecida en 1960 con el propósito de ejercer vigilancia colectiva y que, fundamentalmente, desempeñaba la función de denunciar a los opositores del gobierno (Figura 2). La carga panóptica y de control inherente a la original, se suprime con la invitación de realizar una bienal en cada estudio. La consigna no solo representó una reconfiguración conceptual, sino una petición a la apertura y democratización del circuito artístico, alejándose de la vigilancia coercitiva que caracteriza a los CDR. Esta demanda también es evidente con la alusión al arte libre, locución encontrada entre los términos más frecuentes del corpus de trabajo.

### Figura 2

*Muro pintado con el eslogan de los Comités de Defensa de la Revolución (CDR) en Santa Clara*



El #00BialdeLaHabana evidenció los reclamos de los artistas cubanos por un espacio independiente y legítimo ajeno a las instituciones culturales. A pesar de exteriorizar su descontento hacia estas instituciones, aún se percibía una voluntad de entablar un diálogo con las mismas. Los *hashtags* y su contraparte *offline*, propició un evento de naturaleza colectiva y colaborativa, desarrolló un vocabulario visual alternativo e instituyó un intersticio dentro del complejo de visualidad hegemónico de la revolución.

A pesar de las críticas y las polémicas suscitadas en las ediciones de la Bienal de La Habana, seguía manteniendo cierta popularidad entre los artistas cubanos y extranjeros. Sin embargo, en años subsiguientes al #00Bienal, la dinámica de la relación entre los artistas y la institución arte en Cuba experimentó un cambio significativo. De una disposición previa a colaborar con las instituciones, se transitó hacia una negativa a participar en la 14ª edición e invitar a otros actores del mundo del arte a realizar lo mismo mediante el #NoALaBienalDeLaHabana.

La manifestación frente al Ministerio de Cultura el 27 de noviembre de 2020 fue un punto de inflexión y ruptura entre los artistas y las instituciones que los representaban. A pesar de la presencia de 500 personas, desde estudiantes de la Academia de San Alejandro hasta artistas galardonados con el Premio Nacional, la oportunidad de diálogo resultó infructuosa. En lugar de persistir en las conversaciones con los manifestantes (ese día hubo un compromiso de una segunda reunión), el viceministro de Cultura optó por convocar a un selecto grupo de artistas percibidos como leales a la revolución.

El creador e investigador Henry Eric Hernández (Canal DDC TV, 2021) comentó que después de los sucesos mencionados hubo un cambio de mentalidad entre los artistas cubanos con respecto a la institución arte; uno donde no era posible la reconciliación ante la censura y la violencia del régimen cubano. Por su parte, Tania Bruguera (Rodríguez & Curbelo, 2020), en una entrevista, expresó su credibilidad hacia las instituciones como estructuras sociales y mecanismos políticos, pero manifestó la pérdida de confianza en las instituciones cubanas actuales debido a su traición a sus propios principios y el incumplimiento de sus responsabilidades inherentes. En la Cuba actual, las entidades culturales estatales se han despojado de contenido y función, contribuyendo así a su descrédito y al desinterés hacia las problemáticas que afectan a los artistas.

A pesar del compromiso gubernamental de no hostigar a los manifestantes, figuras de alto perfil como el presidente Díaz-Canel, el ministro de Relaciones Exteriores Bruno Rodríguez, el ministro de Cultura Alpidio Alonso y el director de Casa de las Américas Abel Prieto, utilizaron sus plataformas en Twitter para afrentar a los participantes más contestatarios del 27N. La televisión estatal cubana contribuyó a esta campaña difamatoria transmitiendo programas que denigraban al Movimiento



San Isidro, a Tania Bruguera y al periodista Carlos Manuel Álvarez. Estos fueron etiquetados como supuestos mercenarios pagados por Estados Unidos con la intención de desestabilizar la revolución. Tanto Bruguera como Otero Alcántara fueron objeto de amenazas por parte de la seguridad del Estado y detenidos arbitrariamente mientras caminaban en espacios públicos.

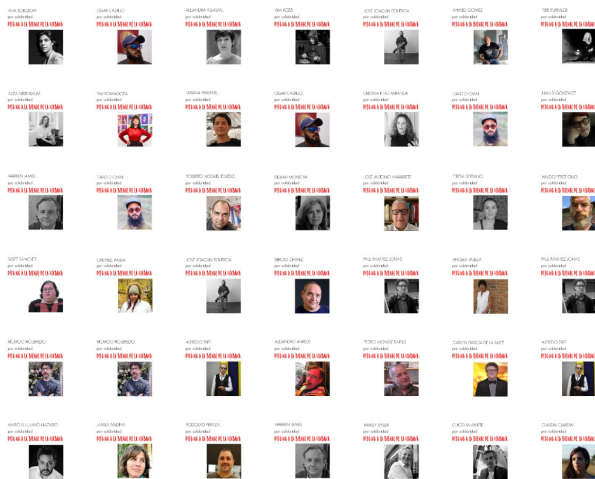
Estas campañas difamatorias, tanto en medios estatales como en plataformas digitales, constituyen tácticas intimidatorias destinadas a frenar cualquier intento de levantamiento ciudadano. La activista Coco Fusco (2020) reafirmó la noción de que no es inusual que el gobierno cubano recurra a medidas drásticas contra la disidencia en momentos de crisis económica, como se evidenció tras el fracaso de la Zafra de los Diez Millones (en 1971) y la caída del Muro de Berlín (en 1989). El 27N surgió en un contexto en que el gobierno cubano enfrentaba pérdidas económicas significativas derivadas de la disminución del turismo por la pandemia, el menguante apoyo venezolano y la intensificación del embargo comercial estadounidense bajo la administración Trump.

En medio de la creciente decepción hacia las instituciones culturales y el recrudecimiento de la represión contra los activistas, un grupo de artistas cuestionó la pertinencia de la realización de la Bienal de La Habana (del 12 de noviembre de 2021 al 30 de abril de 2022) y convocaron a boicotearla a través del #NoALaBienalDeLaHabana. En una carta abierta titulada “¿Por qué decimos NO a la XIV Bienal de La Habana y pedimos que hagas lo mismo?” (Hypermedia Magazine, 2021) se expusieron los motivos que fundamentaban el rechazo a la Bienal. Los mismos eran: la reclusión domiciliaria a decenas de profesionales del arte por criticar al gobierno, el arresto masivo de cubanos durante las protestas del 11 de julio, considerar que la actual Bienal de La Habana es un intento del gobierno para silenciar a aquellos que discrepan y el encierro de creadores cubanos como Otero Alcántara y el cantante Maykel Castillo “Osorbo”. A la campaña encabezada por figuras reconocidas y mediáticas como Tania Bruguera y Coco Fusco, se le fue sumando un centenar de artistas.

En las redes sociales, las imágenes de apoyo al boicot se mostraron como si fuera una obra en serie (Figura 3). Interactivamente los manifestantes, fueran artistas, curadores o simpatizantes, colocaban una fotografía suya, su nombre y la frase “Por solidaridad dijo no a la Bienal de La Habana”. Otra forma en que se

presentaron, fue con una instantánea de la persona sosteniendo un cartel que ponía #NoALaBienalDeLaHabana. Estas imágenes, a diferencia de las capturadas durante la #00BienalDeLaHabana, se caracterizaron por la ausencia de representaciones grupales y lúdicas, optando por un formato de retrato que confería solemnidad e incluso idea de cerrazón a la composición.

**Figura 3**  
*Imágenes extraídas de las publicaciones en Instagram sobre la #NoALaBienalDeLaHabana*



Fueron imágenes poderosas a nivel discursivo, pues no solo se estaban manifestando abiertamente contra la Bienal, sino que al mostrar sus caras le ponían rostro al boicot. Fue una manera de individualizar estos reclamos ante el gobierno cubano que demerita cualquier frontalidad directa con su política bajo una masa homogénea que cataloga como disidente y contrarrevolucionaria.

En cuanto a las descripciones asociadas a estas imágenes (Tabla 2), se observó un incremento significativo —en relación con el *hashtags* del 2018— de expresiones contra el régimen cubano como “libertad sin cargos” y “Patria y Vida”, esta última una

adaptación de la consigna “Patria o Muerte” que forma parte del imaginario popular de la revolución (Figura 4). La frase Patria y Vida se popularizó por el tema musical homónimo y se convirtió en el himno de protesta durante las manifestaciones del 11 de julio. En el caso de “viva Cuba libre”, fue un grito de guerra nacido durante las luchas de independencia contra el dominio español. La revolución también acogió este eslogan y se convirtió en parte de su retórica (Figura 5). En este *hashtag*, dicha frase se desprendió de las capas propagandísticas del gobierno y regresó a su razón primigenia: la intención de incitar a la lucha por una Cuba libre.

**Tabla 2**

*Términos más frecuentes de las descripciones que acompañaban las imágenes extraídas de Instagram sobre el #NoALaBienalDeLaHabana*

Términos	Contar
<u>noalabienaldelahabana</u>	100
no	55
derechoatenerderechos	17
<u>soscuba</u>	14
patriayvida	9
<u>libertadsincargos</u>	9
<u>hayquetenerfequetodollega</u>	9
todosomosuno	8
noala14bienaldelahabana	8
<u>todosimportan</u>	7
instalarcambio	7
cubanos	7
cuba	7
<u>artistasunidos</u>	7
isla	6
fuera	5
<u>vivacubalibre</u>	4
todos	4
<u>patriaylibertad</u>	4

Elaboración propia.

#### Figura 4

*Espectacular con la frase Patria o Muerte ¡Venceremos!  
Fue expresada por Fidel Castro durante el sepelio de las víctimas  
de la explosión del barco La Coubre el 5 de marzo de 1960.  
Tres meses después, el 7 de junio, Castro agregaría la exclamación  
¡Venceremos! Desde entonces fue una de las frases más habituales  
para el cierre de sus discursos*



Archivo personal.

#### Figura 5

*Muro pintado con el eslogan Viva Cuba Libre en la Calle  
La Rampa en el Vedado, La Habana*



Archivo personal.

Además de esta confrontación directa y explícita con el gobierno, también el corpus lingüístico arrojó descripciones enfocadas a la solidaridad entre los cubanos, con locuciones como “SOS cuba”, “todos si importan”, “Todos somos uno”, y “artistas unidos”. Asimismo, había un interés por la construcción de un futuro mejor con enunciados como “hay que tener fe que todo llega” e “INSTAR al cambio”.

También una de las frases más repetidas fue “derecho a tener derecho”, una noción introducida por Arendt (2012, p. 304) en *Los orígenes del totalitarismo*. El derecho a tener derechos implica el derecho político de participar en la pluralidad y emitir juicios desde dentro de una comunidad política. La exclusión de individuos de la comunidad nacional, clasificándolos como apátridas (contrarrevolucionarios o disidentes para anclarlo mejor al contexto cubano), facilita la omisión de la aplicación de derechos humanos fundamentales al no considerarlos parte de la comunidad nacional. Este concepto arroja luces sobre la importancia de estos *hashtags* como herramientas de resistencia y lucha para exigir derechos a la libertad de expresión y creación.

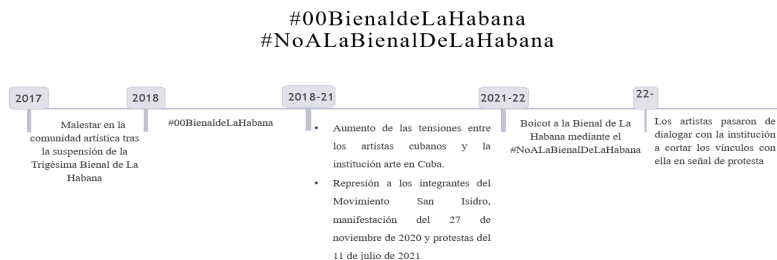
Como se ha vuelto un *modus operandi* de los medios oficiales del gobierno cubano, mediante un tweet del 9 de octubre del 2021, el viceministro de Cultura Fernando Rojas respondió a las supuestas “provocaciones” demeritando la trayectoria artística de los que estaban en contra de la Decimocuarta Bienal. Actualmente el artivismo se ha vuelto una actividad disidente, parametrada legalmente tanto en el espacio físico como digital y con fuertes ejemplos como el del mencionado Otero Alcántara y el cantante Maykel Castillo “Osorbo” que llevan más de dos años presos. Asimismo, el creador Hamlet Lavastida estuvo recluido por tres meses en una cárcel de la seguridad del Estado cubano y obligado a exiliarse junto a la poeta y activista Katherine Bisquet.

En el intervalo entre un *hashtag* y otro, se evidenció un recrudecimiento significativo del acoso y hostigamiento hacia los artistas, lo que propició una radicalización del artivismo cubano (Figura 6). Este cambio se tradujo en un lenguaje más frontal contra el gobierno cubano y un desplazamiento de intentar diálogos con las instituciones culturales a la ruptura completa de vínculos con ellas. Algo destacable de los *hashtags* es que no quedaron como un hecho aislado o local, sino que articularon una red. En términos benjaminianos el autor se vuelve productor (Benjamin, 2017), pues transforma los espectadores en colaboradores y deja de lado las lógicas del

mercado para insertarse en lo social (en este caso renuncia a la posibilidad de participar en el circuito galerístico cubano y la vida pública). Subvierte el sistema arte, al negar el vínculo con las instituciones culturales cubanas, prescindiendo de la autonomía del arte para ponerla en función de la lucha de clases. El #00BialdeLaHabana y #NoALaBialdeLaHabana generaron intersticios y sospechas dentro del complejo de visualidad hegemónico, a la vez que realizaron una activación política desde el arte.

### Figura 6

*Línea del tiempo de los acontecimientos más importantes dentro del proceso de radicalización del activismo cubano*



Elaboración propia.

## Conclusiones

Jacques Rancière (2013) sostiene que el arte político desempeña un papel crucial al generar una ruptura estética que conduce hacia la liberación, la resistencia y la acción. El activismo con sus acciones y especialmente los *hashtags* analizados, han materializado esa suspensión de la experiencia sensible ordinaria propuesta por Rancière. La censura gubernamental, la restricción en el acceso a Internet y la amenaza de represalias violentas por parte de las autoridades, no frenaron a los artistas, quienes desarrollaron una capacidad de convocatoria que permitió trascender las fronteras del territorio nacional. La acogida del espacio digital en el activismo cubano, ha permitido una ampliación y transformación de la visualidad hegemónica, ante la poca o nula representación del desacuerdo dentro de los medios de comunicación en Cuba.

El cambio de postura entre un *hashtag* y otro no solo reveló el recrudecimiento de los mecanismos represores por parte del gobierno hacia los artistas y la población cubana en general, sino que igualmente evidenció una radicalización del activismo cubano. Este fenómeno transitó de una colaboración con las diferentes instituciones artísticas, pasando por intentos fallidos de establecer diálogos recíprocos, hasta la adopción de una actitud de intransigencia frente a las instituciones que responden al gobierno.

Esta transformación se pudo constatar a nivel lingüístico, con el paso de frases centradas mayormente en la organización del evento en la #00Bienal de La Habana, a locuciones directamente confrontativas contra el régimen, exigiendo derechos fundamentales tanto de creación como de libertades en el #NoALaBienalDeLaHabana. En ambos *hashtag* es notable una reutilización y modificación de expresiones que forman parte de la retórica de la revolución. Como estrategia artista, es un acto de confrontación y resignificación de las consignas que han sido escuchadas hasta el cansancio durante las más de seis décadas del proyecto revolucionario.

En cuanto al aspecto de las imágenes, también se observó una transición significativa. La referencia visual que acompañó la acción en línea del 2018, solían ser fotografías colectivas de los participantes y sus obras, de índole documental y con aires de celebración. En contraste, para el *hashtag* del 2021, se adoptó una estética serial, cuyo principal objetivo era mostrar los elementos imprescindibles, como el nombre y el rostro, para individualizar estos reclamos. La ausencia del espacio urbano en estas representaciones no solo se puede atribuir a las condiciones pandémicas prevalecientes, sino que además denotaban el mayor control del Estado sobre el ámbito público.

Los #00BienalDeLaHabana y #NoALaBienalDeLaHabana crearon condiciones de posibilidad para el intersticio en el complejo de visualidad del régimen. Estos boicots son sintomáticos del espacio público cooptado, el aumento de sujetos exílicos, la fatiga en el sistema de símbolos de la revolución y la fisura en la simbiosis entre gobierno, instituciones culturales y artistas. Encarcelamientos, actos de repudio, prohibiciones de entrada al país y violencia física por parte del aparato policial, son algunas de las consecuencias que han sufrido estos artistas por desafiar el *statu quo* y trastocar la imagen cuidadosamente construida por las instituciones revolucionarias; pero a la vez, están reivindicando otros modos de ver y ser visto, de existir y de discrepar.

## Referencias

- Arendt, H. (2009). La esfera pública y la privada. En *La condición humana* (37-59). Paidós.
- Arendt, H. (2012). *Los orígenes del totalitarismo*. Lectulandia. <https://www.redmovimientos.mx/2016/wp-content/uploads/2019/05/Los-origenes-del-totalitarismo-Hannah-Arendt.pdf>
- Benjamin, W. (2017). *El autor como productor*. Archivo Bolívar Echeverría. [http://bolivare.unam.mx/traducciones/el\\_autor\\_como\\_productor\\_traducion\\_](http://bolivare.unam.mx/traducciones/el_autor_como_productor_traducion_)
- Bobes, V. C. (2007). *La nación inconclusa. (Re)constituciones de la ciudadanía y la identidad nacional en Cuba*. Flacso.
- Bobes, V. C. (2021). De los discursos de identidad al activismo social: los movimientos sociales en la coyuntura de la nueva constitución cubana. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 34, 1-48
- Cabrera Perez, C. (25 de junio de 2020). Suset Sánchez: El decreto 349 dinamita el arte en Cuba. *Cibercuba*. [https://www.cibercuba.com/noticias/2020-06-19-u191143-e191143-s27315-suset?utm\\_medium=buffer&utm\\_source=facebook&utm\\_campaign=cibercuba\\_noticias&fbclid=IwAR35Mj93eQJcz3qBjl-ZrGMpoutI\\_ZKI4ORVR4UToT5P1fRgiiC\\_I55vPDPPrY](https://www.cibercuba.com/noticias/2020-06-19-u191143-e191143-s27315-suset?utm_medium=buffer&utm_source=facebook&utm_campaign=cibercuba_noticias&fbclid=IwAR35Mj93eQJcz3qBjl-ZrGMpoutI_ZKI4ORVR4UToT5P1fRgiiC_I55vPDPPrY)
- Canal DDC TV. (20 octubre de 2021). *Bienal de La Habana, ¿a favor o en contra?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/live/W004NRPFcUA?feature=share>
- Castro, F. (1961). *Palabras a los intelectuales*. Ediciones del Consejo Nacional de Cultura.
- Celecia, C. (2017). La comunicación pública de la oposición política en Cuba: indagaciones para un estado de la cuestión. *Revista de Comunicación*, 16, 29-54.



- Díaz, D. (2021). *Ciudadanías liminales. Vida cotidiana y espacio urbano en la Cuba postsoviética*. Almenara.
- Fusco, C. (14 de diciembre de 2020). Artists in Cuba Spearhead First Major Protest in Decades. *Nacla*. <https://nacla.org/news/2020/12/14/artists-cuba-spearhead-first-major-protest-decades>
- García, D. M. (junio 30 de 2022). *Ruins of Utopia: Trauma in Post-Soviet Cuban Culture and Literature* [Conferencia en congreso]. AHM Conference Witnessing, Memory, and Crisis, Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/9789048557578/AHM.2022.003>
- Geoffray, M. L., & Chaguaceda, A. (2014). Medios de Comunicación y cambios en la política de información en Cuba desde 1959. *Temas de Comunicación*, (29), 171-196.
- González, L. J. (2017). Cuba: la democratización pospuesta. *Perfiles Latinoamericanos*, 25(50), 59-81. <https://perfilesla.flacso.edu.mx/index.php/perfilesla/article/view/932>
- Hypermedia Magazine. (14 de octubre de 2021) ¿Por qué decimos NO a la XIV Bial de La Habana y pedimos que hagas lo mismo? *Hypermedia Magazine*. <https://www.hypermediamagazine.com/columnistas/hypermedia/por-que-decimos-no-a-la-bial-de-la-habana/>
- Loss, J. (2021). Socialism with Bling: Aspiration, Decency, and Exclusivity in Contemporary Cuba. *Journal of Latin American Cultural Studies*, 30(2), 291-310. <https://doi.org/10.1080/13569325.2021.1937965>
- Mirzoeff, N. (2016a). El derecho a mirar. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, (13), 29-65. <https://icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/article/view/358>
- Mirzoeff, N. (2016b). Epilogo. Activismo visual. En *Cómo ver el mundo. Una nueva introducción al mundo visual* (pp. 251-260). Paidós.

- Mosquera, G. (17 de junio de 2015). Tania Bruguera: Artivism and Repression in Cuba. *Walker*. <https://walkerart.org/magazine/tania-bruguera-artivism-gerardo-mosquera-cuba>
- Ortega Centella, V. (2015). Del activismo como acción estratégica de nuevas narrativas artístico-políticas. *Calle14: revista de investigación en el campo del arte*, 10(15), 100-111.
- Rancière, J. (2005). *Sobre políticas estéticas*. Museu d'Art Contemporani de Barcelona y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Rancière, J. (2013). *El espectador emancipado*. Bordes Manantial
- Ravelo García, M., y Benavente Morales, C. (2018). Entre la oficialidad y el desvío: El arte digital cubano y su tratamiento crítico de la realidad tecnológica nacional. *Artnodes*, (22), 101-111. <https://doi.org/10.7238/a.v0i22.3241>
- Rialta, & El Estornudo. (24 de noviembre de 2020). Especial MSI y 27N: Cronología de la represión contra artistas y activistas cubanos. *Rialta*. <https://rialta.org/en-directo-represion-cuba-msi/>
- Rodríguez, I., & Curbelo, J. J. (8 de diciembre de 2020). El arte debe cuestionar al poder. Entrevista a Tania Bruguera. *Periodismo de Barrio*. <https://periodismodebarrio.org/2020/12/tania-bruguera-el-arte-debe-cuestionar-al-poder>
- Rovira Sancho, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era del Internet*. Icaria editorial y Universidad Autónoma Metropolitana. [https://ses.unam.mx/docencia/2018II/Rovira2016\\_ActivismoEnRedYMultitudesConectadas.pdf](https://ses.unam.mx/docencia/2018II/Rovira2016_ActivismoEnRedYMultitudesConectadas.pdf)
- Sued, G. E. (2020). Repertorio de técnicas digitales para la investigación con contenidos generados en redes sociodigitales. *PAAKAT: revista de tecnología y sociedad*, 10(19). <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a10n19.498>

UNEAC, & AHS. (3 de mayo de 2018). No permitiremos que se empañe el significado de la Bienal. *Cubadebate*. <http://www.cubadebate.cu/noticias/2018/05/03/uneac-y-ahs-no-permitiremos-que-se-empañe-el-significado-de-la-bienal/>

Villasmil, A. (2018). #00 BIENAL DE LA HABANA. ALTERNATIVA, INDEPENDIENTE, REACCIONARIA. *ARTISHOCK REVISTA*. <https://artishockrevista.com/2018/05/05/00bienal-de-la-habana-alternativa-independiente-reaccionaria/>

## **EL BODY POSITIVE Y LA GORDOFOBIA: NARRATIVAS Y DISCURSOS VIOLENTOS Y NORMALIZADOS**

Elsa Edith Villar Rodríguez  
[elsa.villar@lasalle.mx](mailto:elsa.villar@lasalle.mx)

Universidad La Salle México

La presente tesis abordará de manera profunda la percepción de la violencia hacia los cuerpos grandes, especialmente entre mujeres jóvenes en transición de la adolescencia a la adultez. A través de un análisis detallado de los testimonios recopilados, se explorarán diversas categorías relacionadas con el bienestar, la percepción de violencia, rasgos del movimiento body positive, salud, actitudes y acciones gordofóbicas, entre otros aspectos relevantes.

El tema de esta investigación es la exploración de las narrativas presentes en los medios de comunicación y las redes sociales en relación con el movimiento body positive y la gordofobia. El objetivo será comprender cómo el discurso en estos espacios influye en las oportunidades de desarrollo personal de las jóvenes universitarias.

La gordofobia es un problema que afecta el bienestar de las mujeres en la sociedad, el interés será destacar si los mensajes en redes sociales, especialmente durante la transición de la pubertad a la adultez inciden en la normalización de la violencia hacia los cuerpos grandes o voluptuosos y el miedo a la gordura hacia los demás y a la propia son aspectos que impactan en la percepción del cuerpo y la autoestima de las jóvenes.

El documento se estructura en los siguientes capítulos:

- Capítulo I: Planteamiento del problema: Este capítulo presenta la definición del movimiento social Body positive y sus postulados, así como la forma en la que apoyan a las mujeres con cuerpos grandes, por otro lado, presenta su contraparte, el problema de la gordofobia y su impacto en la percepción del cuerpo y la autoestima

de las jóvenes universitarias. La normalización de la violencia hacia los cuerpos grandes o voluptuosos en las redes sociales y el miedo a la gordura hacia los demás y a la propia son aspectos que impactan en la percepción del cuerpo y la autoestima de las jóvenes.

- Capítulo II: Marco teórico: Este capítulo introduce el marco teórico del estudio, que incluye la definición de gordofobia, la importancia del movimiento body positive, y la relación entre la gordofobia y la salud mental y emocional de las jóvenes universitarias.

- Capítulo III: Marco metodológico: Este capítulo describe la metodología empleada en la investigación, que incluye un diseño cualitativo desde un paradigma fenomenológico con enfoque hermenéutico.

- Capítulo IV: Resultados y conclusiones: se presentan los resultados de la investigación, que incluyen 16 categorías relacionadas con la percepción de la gordofobia, la autoestima, la familia, las redes sociales, y la salud. Se destaca el impacto de la gordofobia en el bienestar de las jóvenes universitarias, especialmente en la etapa de la pubertad a la adultez, y se ofrecen recomendaciones para promover una imagen corporal saludable y el respeto a la diversidad de cuerpos.

## **Fundamentación Teórica**

En el siglo XXI, el cuerpo humano ha emergido como un epicentro de construcción y deconstrucción identitaria en una sociedad saturada de imágenes y narrativas. En este contexto, las corrientes del body positive han surgido como una respuesta afirmativa a los cánones estéticos restrictivos, abogando por la aceptación y celebración de la diversidad corporal. Sin embargo, coexistiendo con este movimiento emancipador, persiste la gordofobia, una manifestación insidiosa de discriminación basada en el peso corporal que permea el discurso social y, preocupantemente, se ha normalizado en diversos ámbitos.

La gordofobia, en su naturaleza sutil pero profundamente arraigada, constituye un fenómeno que afecta no solo la percepción individual del cuerpo, sino que también incide de manera significativa en el desarrollo humano en sus múltiples dimensiones. Este problema adquiere relevancia al considerar que, a pesar de los esfuerzos

del movimiento “body positive”, la discriminación basada en el peso persiste y se manifiesta en expresiones normalizadas en la sociedad.

En este contexto, se plantea la interrogante central: ¿Cómo influyen las narrativas construidas en torno al body positive y la gordofobia en el desarrollo humano, y en qué medida el discurso asociado a la gordofobia, impacta la formación de la identidad y las oportunidades de desarrollo de individuos que son víctimas de este fenómeno?

En la era de las redes sociales han sido un escaparate, un infierno o un remaso para ciertos temas, un ejemplo; el concepto de *Body Positive* ha surgido como un movimiento que busca fomentar la aceptación y valoración de los diversos tipos de cuerpos, desafiando los estándares tradicionales de belleza. Según Tylka y Wood-Barcalow (2015), el *Body Positive* se define como “una actitud positiva y respetuosa hacia el cuerpo, aceptando y valorando la diversidad de tamaños, formas y apariencias corporales” (p. 119). Este enfoque busca contrarrestar los efectos negativos de la cultura de la delgadez y promover una imagen corporal positiva.

Las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la difusión de ideas y discursos relacionados con el Body Positive y la gordofobia. Las plataformas como Instagram, Spotify Twitter y TikTok permiten la creación y compartición de contenido visual y narrativas que influyen en la percepción del cuerpo y pueden afectar la autoestima de las personas, presentan mayormente cuerpos delgados, fornidos o ejercitados y por supuesto, caucásicos; estableciendo un estándar desde la hegemonía blanca. Según Brown y Tiggemann (2016) encontraron que la exposición a imágenes de celebridades atractivas en Instagram puede tener un impacto negativo en el estado de ánimo y la imagen corporal de las mujeres y hombres que consumen estos contenidos visuales y audiovisuales en las redes sociales.

### ***Concepto de Body Positive y su evolución en la sociedad moderna***

El concepto de Body Positive, también conocido como “positividad corporal” en español, ha emergido como un movimiento social que promueve la aceptación y valoración de la diversidad de cuerpos, desafiando los estándares tradicionales de belleza impuestos por la sociedad. Esta corriente surge en respuesta a la constante presión social para alcanzar un ideal de belleza inalcanzable, que ha llevado a muchas

personas a experimentar inseguridad y malestar con sus cuerpos. El Body Positive busca empoderar a las personas para que se sientan cómodas y confiadas con su apariencia física, independientemente de su tamaño, forma o apariencia.

En el texto de Martins y Carrera (2020) exponen que el Body Positive tiene sus raíces en el movimiento de liberación de grasa, que comenzó a fines de la década de 1960, cobró fuerza en la tercera ola del feminismo, e inicialmente criticó principalmente la discriminación y el control de los cuerpos gordos. En los Estados Unidos, el movimiento surgió a fines de la década de 1990 con Connie Sobczak y Elizabeth Scott, quienes fundaron el instituto The Body Positive. En Brasil, la discusión de este movimiento recién cobró fuerza en 2018 con la obra “Deja de odiarte: porque amar tu propio cuerpo es un acto revolucionario” de la activista y periodista Alexandra Gurgel.

Desde sus inicios en la década de 1960, el movimiento Body Positive ha experimentado una evolución significativa en la sociedad moderna. Se ha fortalecido gracias a la expansión de las redes sociales y la aparición de comunidades virtuales que comparten mensajes de aceptación de sus corporalidades. En estos espacios digitales, individuos, *influencers* y activistas han encontrado una plataforma para compartir sus experiencias personales, promover la autoaceptación y luchar contra los estereotipos de belleza por décadas establecidos y que son dañinos para la salud emocional de los espectadores.

Según Martins y Carrera (2020) las representaciones sociales que comúnmente circulan en los medios; producen significados y significaciones, sin embargo, aquellas representaciones que ganan más espacio y visibilidad son tomadas como la representación real de lo social. A lo largo de la historia de la belleza, podemos ver que lo que prevalece son los estándares hegemónicos, contruidos sobre una visión eurocéntrica, que crea nociones de normal y anormal, bello y feo, y aquellos que no corresponden a este estándar son socialmente excluidos y categorizados, según la vista privilegiada. Dada esta visión, observamos estándares de belleza concentrados en la delgadez, blanquitud y belleza de las mujeres y hombres que nos presentan en los medios de comunicación, dejando fuera de la conversación a las personas de cuerpos grandes, gordos y morenos.

Así, el concepto de Body Positive ha experimentado un crecimiento significativo en la sociedad moderna, gracias a la influencia de activistas, organizaciones

y comunidades virtuales. La evolución de este movimiento ha sido impulsada por la necesidad de contrarrestar los mensajes negativos sobre el cuerpo y promover la autoaceptación. El Body Positive ha encontrado un espacio para fomentar una cultura de aceptación y empoderamiento que impacta positivamente la percepción del cuerpo y la autoestima de las personas, así como la inclusión de este tipo de personas en los medios digitales y convencionales, “normalizando” verlos en series, telenovelas, películas, etc., en papeles principales como protagonistas de las narrativas y no solamente reflejando el lado negativo o de descuido de las personas, tendiendo a un mensaje de castigo por su corporalidad.

### ***Gordofobia: Discriminación y estigmatización en torno al peso corporal***

La gordofobia es el lado negativo del Body positive, es la no aceptación y rechazo total a las personas con cuerpos que salen de los estándares establecidos de belleza, con sobrepeso u obesidad, basada en prejuicios y estereotipos negativos asociados a su apariencia física. Esta forma de discriminación que es la actitud negativa hacia las personas con mayor peso corporal, y se presenta en diversos contextos sociales, incluyendo el ámbito laboral, el ámbito de la salud y la interacción social.

La gordofobia, también conocida como “*fatfobia*”, se manifiesta de varias formas, como burlas y comentarios ofensivos hacia personas con sobrepeso, memes en redes sociales, estigmatización y discriminación en el acceso a oportunidades laborales, acceso limitado a servicios médicos adecuados debido a la visión negativa del sobrepeso y la obesidad, y la promoción de ideales de belleza inalcanzables centrados en la delgadez.

Según Martins y Carrera (2020) las personas gordas tienen grandes problemas para el uso de espacios públicos por ejemplo en los aviones, en los auditorios las butacas de tamaño estándar, limitaciones para vestir de acuerdo con los cánones de la moda diseñada para mujeres delgadas. Se hace hincapié en los problemas de salud: los cuerpos gordos se visualizan con problemas de salud. En diferentes contextos sociales, las personas con sobrepeso u obesidad pueden enfrentar prejuicios y discriminación. Por ejemplo, en el ámbito laboral, pueden experimentar discriminación en el proceso de contratación o recibir salarios más bajos debido a su peso corporal. En el ámbito de la salud, pueden enfrentar juicios y estigmatización por parte de profesionales



de la salud, lo que puede llevar a un acceso inadecuado a la atención médica y una menor calidad de esta. Incluso, ser sometidos a tratamientos muy agresivos para su cuerpo como la manga gástrica que reduce la capacidad del estómago a través de una operación quirúrgica, poniendo en riesgo el bienestar fisiológico de los pacientes, así como el sometimiento a una vida de dietas y restricción de la comida por periodos prolongados de tiempo, dejando un daño severo con respecto a la salud emocional de las personas.

Como un ejemplo de Gordofobia, se encontró la cuenta de Ana Pau Molina (@acuerpada), que en sus redes sociales en la plataforma Instagram y en el podcast alojado en el plataforma Spotify, ella comparte su testimonio de una vida llena de experiencias gordofóbicas.

En una narrativa muy personal, Ana Pau Molina (Acuerpada) como ella misma se denomina, nos acerca su historia de vida en el podcast “No necesitas adelgazar”. Ana Pau es una psicóloga joven que descubrió y vivió en carne propia la discriminación estética por ser de cuerpo grande, en los primeros episodios narra su historia de vida donde como ella define el paso de “niña a mujer” en su familia lo determinaba el “tienes que hacer una dieta” y así inició su tortuoso camino en el mundo de la delgadez que nunca ha alcanzado y que en palabras de ella, ha anhelado como si fuera un estado ideal y que cuando se alcance, podrá hacer lo que ella quiera.

Pasó por procesos muy agresivos, desde las restricciones alimenticias, hasta la discriminación en la familia por ser “gorda” donde en las reuniones familiares le criticaban y en la adolescencia las primas vestían vestidos cortos y entallados, y ella no podía lucirlos pues sus vestimentas tenía que comprarlas en la sección de “señoras”, esto implicaba diseños más serios, colores sobrios, formas más reservadas en las líneas de la ropa que contradecían su estilo juvenil. En otro episodio narra su experiencia en un campamento de verano que estaba destinado al control de peso, donde la promesa de este tipo de campamentos es que durante dos meses, las personas que asisten, estarán en control alimentario, programa de ejercicios, por ende el resultado será pérdida de peso y autocontrol de las impulsividades al comer; campamentos al que iban jóvenes de todas partes del mundo con cuerpos grandes y la promesa de reducirlos. Comenta Ana Pau lo arrepentida que está de no haber visto lo violento

que era este procedimiento pues no aceptaba su cuerpo, pero prueba de la gordofobia mundial es que existen este tipo de programas a nivel mundial.

### ***Problemas de salud severos derivados de la gordofobia***

Según la Secretaría de Salud en su comunicado nacional de prensa emitido el 7 de enero de 2023, asegura que los trastornos de conducta alimentaria afectan a 25% de los adolescentes en México; los más comunes son la bulimia, anorexia y los atracones. Dichos trastornos de alimentación, nos menciona el comunicado que se da un hombre por cada diez mujeres y el origen es multifactorial; incluye factores genéticos, medioambientales, como la crianza y la relación con la familia, hasta enfermedades psiquiátricas.

La gordofobia también puede estar relacionada con los trastornos por atracones, donde se presentan episodios recurrentes de consumo excesivo de alimentos en un corto período, generando sentimientos de falta de control. La presión social y los estigmas relacionados con el peso pueden llevar a la persona a recurrir a los atracones como una forma de hacer frente a la ansiedad, el estrés y la baja autoestima asociada con la gordofobia, también ésta, puede contribuir a la exacerbación de estos trastornos, ya que promueve estándares de belleza irreales y alimenta la discriminación y la estigmatización basada en el peso.

### ***Las narrativas sobre Body Positive y Gordofobia que suceden en las redes sociales***

Las redes sociales han revolucionado la forma de comunicación entre las personas y se acentuó de forma exponencial en la emergencia sanitaria por COVID19 en los últimos años, el aislamiento social empujó la interacción digital. Estas plataformas digitales permiten además de la interacción de personas conocidas y desconocidas, la posibilidad de seguir a figuras públicas o personas con ciertas afinidades y nos permiten ver los contenidos que producen, mensajes y narrativas que generalmente cuentan una historia desde su perspectiva. La creación y difusión de contenido de manera masiva y rápida, ha tenido un impacto significativo en la percepción del cuerpo y la autoestima de los usuarios.

Fardouly et al. (2015) exponen que “La exposición a imágenes corporales ideales en las redes sociales puede tener un impacto negativo en la autoimagen y la

autoestima de los usuarios, especialmente en aquellos que no se ajustan a los estándares de belleza impuestos socialmente” (p. 39).

La influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad corporal ha sido un factor determinante para la percepción de la imagen corporal en el entorno digital y su comparación con modelos de belleza idealizados por la sociedad. Los efectos de la exposición constante a imágenes corporales en plataformas digitales afectan en la percepción de uno mismo y la autoestima ya que no encajarán nunca los cuerpos reales a los presentados en las redes, con el maquillaje, filtros e inteligencia artificial que emplean los lenguajes digitales audiovisuales.

Por otro lado Perloff (2014) comenta que “El movimiento Body Positive ha encontrado un terreno fértil en las redes sociales, donde usuarios y activistas comparten mensajes de aceptación y valoración del cuerpo, fomentando una imagen corporal positiva” (p. 11).

Las narrativas sobre Body Positive en las redes sociales van en ascenso de unos diez años a la fecha, anteriormente no se veían personas con cuerpos grandes, gordos en redes sociales luciendo ropas a la moda o maquillajes de tendencia, hoy en día cada vez más encontramos todo tipo de cuerpos en las plataformas digitales, sobre todo en la plataforma Instagram que ha sido una de las redes más incluyentes en este tipo de temas. Estos mensajes han ido en tendencia y promueven la aceptación de la corporeidad tal y como es, influencers o activistas del movimiento Body positive promueven estos mensajes y les ha resultado rentable pues construyen de ello, su marca y además una comunidad que ocupan un papel importante para la construcción de una cultura de aceptación corporal.

Las redes sociales juegan un papel importante en la difusión de narrativas relacionadas con el Body Positive y la gordofobia. Estas plataformas pueden influir significativamente en la construcción de la identidad corporal y las actitudes hacia el peso corporal, lo que destaca la importancia de promover mensajes de aceptación y valoración del cuerpo para fomentar una imagen corporal positiva y el bienestar emocional de los usuarios.

Los perfiles de Instagram dedicados al movimiento “body positive” tienen como objetivo principal promover la aceptación de la diversidad corporal, fomentar la autoaceptación y desafiar los estándares de belleza tradicionales. Estos perfiles suelen

ofrecer un espacio seguro y positivo donde se celebra la diversidad de cuerpos y se busca construir una imagen corporal más saludable y positiva.

De acuerdo a Djafarova (2016) precisamente, los perfiles de las *celebrities* son los más seguidos en esta red social y las marcas los utilizan para sus campañas de marketing. En los últimos años, ha crecido un tipo de celebrity o famoso digital, como los blogger, vloggers y los instafamous. Los instafamous, junto con los youtubers -usuarios más famosos del portal de videos YouTube-, son, para las marcas, mucho más creíbles para las campañas de marketing que los famosos tradicionales. (como se citó en Blanes, 2017, p. 206)

Blanes en su texto *Las curvys como modelo de “celebritización” y empoderamiento en Instagram*, revela un tema importante, pues detrás del discurso de empoderamiento fememino y aceptación del cuerpo, está la venta de ropa, accesorios, calzado, ropa interior etc; que sin duda actúa de la misma forma que cualquier mecanismo donde la modelo luce bien en un escaparate, en este caso digital, es seguida, famosa, construye su discurso y al final, vende.

En general, los perfiles de Instagram dedicados al “body positive” buscan crear una comunidad de apoyo y empoderamiento, ofreciendo un espacio donde las personas puedan sentirse validadas, inspiradas y capacitadas para abrazar su propia singularidad y aceptar la diversidad de cuerpos en el mundo.

Sin embargo, las narrativas en las redes no solo están llenas de positivismo corporal, también están llenas de memes, burlas y discursos violentos.

### ***La memética y la narrativa violenta***

Puhl & Heuer (2009) hablan acerca de que “Las redes sociales pueden convertirse en un espacio hostil para las personas con sobrepeso u obesidad, donde la gordofobia es expresada de manera abierta y anónima” (p.80). La difusión de la gordofobia en redes sociales ha gestado un espacio hostil y violento para las personas con cuerpos grandes, desde las ofensas en los comentarios escudados en el anonimato, hasta los memes que se comparten sin el mínimo reparo, hace que la estigmatización basada en el peso puede ser perpetuada y amplificada en plataformas digitales.

El término “meme” fue acuñado por el etólogo y zoólogo británico Richard Dawkins en su libro “El gen egoísta”, publicado en 1976. Dawkins introdujo el

concepto de “meme” para referirse a las unidades culturales de transmisión, similares a los genes en la biología, pero que se transmiten a través de la cultura.

Dawkins acuñó el término “meme” combinando la palabra “mimética” (imitación) con “gene”, sugiriendo que al igual que los genes transmiten información genética, los memes transmiten información cultural. Los memes, en este contexto, son ideas, comportamientos, estilos, símbolos o conceptos que se replican y propagan de persona a persona a través de la imitación, la comunicación y la adopción en la cultura.

Jesús Galindo en su texto *Ingeniería en Comunicación Social y Deporte*, nos acerca al terreno del análisis social, donde lo que se repite en los discursos mediáticos, es la construcción social de sentido, al respecto comenta lo siguiente: “la Memética, la ciencia de los memes, de los patrones de imitación, de replicación de los sistemas de información en la vida social, la que da la pauta para desarrollar esta dimensión. Una dimensión que reorganiza a las ciencias sociales” (Galindo, 2011, p. 46).

Si Galindo acerca este concepto a la dimensión de reorganización de las ciencias sociales; entonces el que los memes tengan este discurso violento donde se burlen abierta o veladamente de las condiciones de los cuerpos grandes, se comparen con animales de gran tamaño o pongan una situación visual antológica o hiperbólica que cause risa, solo apoya a la construcción de sentido desde la gordofobia, quizá si el discurso cambia desde la raíz, estas concepciones pueden empezar a cambiar en la narrativa desde los medios de comunicación.

### ***La personalidad digital, narrativas violentas desde la sociedad***

La presencia constante de las redes sociales en la vida cotidiana ha transformado radicalmente la manera en que las personas interactúan y se perciben a sí mismas y a los demás. En el contexto del movimiento “body positive”, donde se busca promover la aceptación y celebración de la diversidad corporal, las redes sociales se convierten en un espacio crucial para la construcción y difusión de narrativas que desafían las normas estéticas convencionales.

Sin embargo, este entorno digital no está exento de desafíos, y la gordofobia encuentra en las redes sociales un terreno fértil para la propagación de narrativas violentas normalizadas que perpetúan estigmas y discriminación basados en el peso corporal. Las interacciones en plataformas como Instagram, X (antes Twitter) y Tik Tok

a menudo exponen a individuos con cuerpos grandes a expresiones de odio, burlas y estigmatización, generando un impacto perjudicial en su bienestar emocional y social.

Castro Fernández (2023) hace la siguiente aseveración: que las personas gordas, en especial las mujeres, sufren violencia por el hecho de poseer un cuerpo grande y existir en él.

Así, sostiene también esta autora; uno de los argumentos más recurrentes para justificar la crítica y la violencia sobre los cuerpos es la salud, como ya se había comentado, sobretodo la estética pesa en este juego de discriminación y odio a la gordura. (Castro, 2023)

La normalización de estas narrativas violentas se manifiesta a través de diversas estrategias discursivas, como la trivialización de la gordofobia o la representación negativa de los cuerpos grandes en memes y comentarios. De estos ejemplos están llenas las redes sociales, los memes son el ejemplo más claro y recurrente de burla hacia los cuerpos grandes; ejemplos como alguna silla que está a punto de romperse y sentada en ella está una persona grande y mencionan cosas como: si mi fuerza de voluntad fuera como esa silla, sería muy fuerte, entre otros, y se lee como gracioso, esta burla se ha normalizado tanto pues estos contenidos se comparten con semejante naturalidad que no pasa de la risa espontánea; sin pensar que es una forma del ejercicio de la violencia hacia las personas de cuerpos grandes y que generalmente también son mujeres.

El escaparate virtual no es más agudo que los hechos en la vida real; las personas con cuerpos grandes sufren esta violencia normalizada, en el transporte público a veces no caben entre los asientos, es más, de hecho no entran en los vagones de metro o metrobús por su corporeidad; en los restaurantes de franquicias donde todo está estandarizado, no caben en los gabinetes para sentarse, deben hacerlo en sillas individuales; en los escaparates de las tiendas de ropa de moda, nunca se ve un cuerpo de esas dimensiones; y no hay tallas de esos modelos de ropa y por supuesto, no se ha visto una recepcionista, asistente ejecutiva o *hostes* en los restaurantes con un cuerpo grande.

Situaciones reales narra la protagonista a la que entrevistan en el podcast “Perra Nación” en el capítulo publicado el 13 de julio de 2023 titulado “No subo gordas”, donde tratan el tema a manera de reportaje radiofónico la obsesión por estar

delgados y con un cuerpo delgado y atractivo, situación que ha generado una cultura de dietas que deviene en todo tipo de trastornos tanto en la salud físico como en la emocional, una violencia sistemática hacia las personas gordas; entre las situaciones descritas, narra que para ella es un verdadero terror tomar el transporte público, pues cuando está lleno el camión o el metro; no hay posibilidad que ella aborde, pues su cuerpo siempre va a causar incomodidades para los demás usuarios e invariablemente recibe miradas ofensivas, malos comentarios respecto a su peso o definitivamente algunos camiones ni siquiera le hacen la parada, la discriminan a golpe de vista.

En un hecho sin precedentes, en la edición número 72 del certamen internacional Miss Universo en el mes de noviembre de 2023, una mujer de 22 años participó como representante de Nepal, la característica de Janne Garrett es que es una mujer de talla extra o *plus size*; dos hechos a destacar; este mismo que se debe mencionar históricamente en la línea de tiempo de los certámenes de belleza y segundo que estallaron las redes sociales, entre los comentarios hay tanto positivos como negativos, haciendo pleno uso de la gordofobia, insultando severamente a la participante y por supuesto a su cuerpo; haciendo comparación de su cuerpo con animales de gran tamaño, y hasta reclamándole a la participante la promoción de la obesidad y tachándola de mal ejemplo para las nuevas generaciones.

Entre los comentarios de las publicaciones alusivas a su participación en el certamen de belleza, se destaca que muchas personas agradecen que por fin haya una representatividad más real a las mujeres en el mundo y sobresaltando su valentía y amor propio. Sin embargo, estos comentarios son los de llamar la atención pues en el imaginario del común de las personas, admiten en los certámenes de belleza a mujeres con características que obedecen al estándar hegemónico de belleza, talla muy delgada, altas, caucásicas y guapas; y el hecho de que una mujer salga de estos estándares; la hace destacar. Aun cuando no haya ganado el certamen, ya tiene un lugar en la mente y en la historia del certamen Miss Universo.

Las redes sociales han marcado un partaguas entre lo público y lo privado y han modificado la identidad de los individuos, con ello se ha cambiado la forma en la que nos presentamos en el mundo digital, nuestra identidad en redes no es la misma, en muchos casos, que nuestra identidad personal (fuera de las redes sociales)

y al momento de presentarnos en el mundo digital, esta intimidad se hace pública, al respecto Blanes (2017) nos dice lo siguiente:

Paradójicamente, parte de ese control, se logra exponiendo una parte de la vida privada de los individuos y convirtiéndola en pública, logrando una nueva identidad que, en algunos casos, lleva a un proceso de celebritización, como ocurre con las mujeres curvy, aquellas mujeres de tallas grandes que rompen los rasgos de belleza hegemónicos e imperantes en el mundo de la moda y que, a través, de sus perfiles en la red social Instagram, se han convertido en un nuevo tipo de famosas o influencers. (p. 204)

En el caso de la Miss Universo representante de Nepal, esto exactamente está sucediendo; la sociedad la está “celebrando” pues es una persona que pasa por alto los estándares de belleza establecidos y reescribe y establece los propios.

La discriminación está tan normalizada que se vive día a día, desde los primeros años de vida, cuando a las personas con cuerpos grandes los comentarios recurrentes son: “está bien gordito, qué bonito”, “ha de ser muy sano, come muy bien”, “seguro cuando crezca, va a adelgazar” y esos comentarios vienen de personas cercanas. La normalización de la discriminación en pleno.

## **Metodología**

En esta investigación, se utilizará un diseño cualitativo desde un paradigma fenomenológico con enfoque hermenéutico para destacar cómo el body positive puede contribuir a una imagen corporal saludable, reduciendo la presión por cumplir con estándares de belleza poco realistas impuestos por la sociedad.

En esta investigación, la población de interés está conformada por jóvenes de nivel universitario, de género femenino, con edades comprendidas entre 18 y 21 años, pertenecientes a un NSE medio y medio alto, que residen en la Ciudad de México y áreas cercanas, tienen una orientación católica y están matriculadas en la carrera de Comunicación.

En este caso la muestra es de dos focus group conformado por cuatro y cinco alumnas, además dos entrevistas a profundidad con dos sujetos más.

El proceso de muestreo se llevó a cabo mediante técnicas específicas para seleccionar de manera aleatoria y representativa a las jóvenes universitarias que cumplen



con los criterios establecidos, garantizando así la validez y la representatividad de la muestra en relación con la población de interés.

Las técnicas que se utilizarán, serán dos: grupos focales y entrevista a profundidad: En los Grupos focales: se dará una introducción al tema, se diseñará un cuestionario con seis preguntas, esto con el fin de permitir la interacción entre participantes para discutir y compartir sus experiencias, lo que puede revelar diferentes perspectivas sobre el fenómeno estudiado.

En las entrevistas en profundidad, se realizará una batería de preguntas según las categorías que nos arroje el focus group. Este método permite a los investigadores explorar las experiencias de los participantes, sus percepciones y significados sobre un fenómeno específico.

## **Resultados**

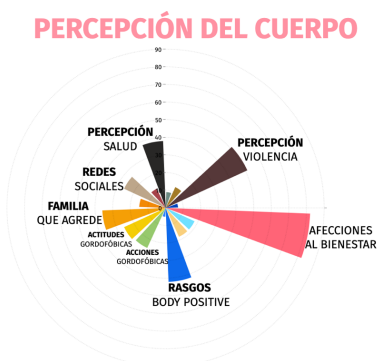
Los resultados arrojados conformaron 16 categorías:

1. Afecciones al bienestar
2. Concepto inocuo bodypositive
3. No hay relación salud y delgadez y enfermedad obesidad
4. Rasgos de body positive
5. Sí hay relación salud-delgadez
6. Acciones gordofóbicas
7. Actitudes gordofóbicas
8. Familia que agrede
9. Normalización violencia
10. Redes sociales
11. Resiliencia
12. Salud
13. Víctima

- 14. Interesante
- 15. Percepción Violencia
- 16. Sexualización Género

De las cuales destacan con mayor número de frecuencia en el discurso de las participantes en la presentes investigación, las siguientes ocho categorías:

AFFECCIONES AL BIENESTAR	PERCEPCIÓN DE VIOLENCIA	RASGOS DE BODY POSITIVE	SALUD
82	51	42	38
FAMILIA QUE AGREDE	REDES SOCIALES	ACTITUDES GORDOFÓBICAS	ACCIONES GORDOFÓBICAS
36	26	26	25



Gráfica de realización propia.

El presente reporte analiza la percepción que tienen las sujetas de esta investigación respecto de los discursos recurrentes y en redes sociales con respecto a la corporeidad, analiza las acciones y actitudes gordofóbicas a partir de los datos recopilados, donde se observa un total de menciones reiterativas en el discurso: 25 acciones y 26 actitudes gordofóbicas. Estos resultados proporcionan una visión inicial sobre la prevalencia y manifestación de la gordofobia en el contexto analizado. El número más alto de menciones en el discurso, se manifiesta en la categoría denominada:

afecciones al bienestar debido a que existe una percepción de que los comentarios que alguna persona realiza hacia su cuerpo, tiene un impacto directo en su estado de ánimo, afectando la percepción propia del cuerpo e incluso en su salud, refiriendo que en su adolescencia incluso no sabían que tenían un cuerpo grande o fuera de los estándares, sino hasta que se lo hicieron saber sus familiares más cercanos.

A través de un análisis detallado de estos datos, se busca comprender mejor la naturaleza y el impacto de las actitudes y acciones gordofóbicas, que intencionalmente o no, las personas opinan del cuerpo del otro, aquí hay un descubrimiento interesante; con 36 menciones en el discurso de las sujetas encontramos que la familia nuclear es de donde proviene el primer comentario con referencia a una crítica fuerte del peso corporal y que de hecho es el tema más recurrente.

La familia es el primer núcleo de donde provienen los comentarios respecto al cuerpo de los otros, no solamente hacia las participantes, sino hacia todos los miembros de la familia, aquí una marcada diferencia con los géneros; hacia los miembros de la familia de género masculino, refieren que son más agresivos; sin embargo a las personas de género femenino, aunque no son de tipo agresivos, sí son reiterativos, represivos y son sin duda los más comunes. Comentarios como “¿te vas a servir otro plato?” o “¿no te has llenado?” surgen a la hora de los alimentos y son muy incómodos, así nos lo expresan las participantes. En una familia donde hay hijas únicas o está conformado solamente por mujeres, los comentarios respecto a los cuerpos provienen de la madre de familia; refiriendo previamente que ellas piensan que su mamá lo hace “por su bien” sin embargo es una serie de comentarios hirientes, siempre aludiendo al aumento de peso y refiriendo que “nadie se va a fijar en ellas” o que “no les gustarán a los jóvenes de su edad si están pasadas de peso” afectando su desarrollo personal respecto a la proyección de su persona en un futuro inmediato.

Dos fenómenos interesantes surgen de este análisis: el primero es que las sujetas jóvenes forman parte de una familia unida y conformada en una inclinación católica, entienden y son empáticas a la educación de sus madres de quienes viene esta primer crítica fuerte respecto a sus cuerpos y al aumento del peso corporal, refiriendo incluso hasta las abuelas (madres de la madre) de quienes también sufren críticas incluso más severas. Pero las excusan refiriendo que ellas tuvieron una educación basada en principios de construcción de feminidad de antaño, donde encajar dentro de

los estándares establecidos que dictaban que las mujeres deben ser delgadas, recatadas, muy arregladas, maquilladas, usar ropa femenina, no comer mucho y deben comportarse de cierta forma incluso, no comer de más, porque sino no podrán conseguir pareja, o si ya la tenían, padecer la amenaza de que su marido pueda dejarlas por ser gordas; en este tipo de frases, podemos ver que en el discurso las construcciones sociales de antaño permean entre generaciones.

El segundo fenómeno que se observa de este punto es que aun cuando se entiende esta educación de antes y la sujetas tienen esta empatía con sus madres y abuelas; también se sienten aludidas a una crítica que implica violencia pues se sienten ofendidas porque otra persona está opinando sobre su cuerpo, cuando ellas están luchando por su propia aceptación corporal, rasgos claros del movimiento body positive. Sin embargo, estas críticas de su gente más cercana llegan a ofenderles, les hieren, les lastiman y hasta refirieron llegar a un nivel de estrés tal que llegan a presentar trastornos de compulsividad alimenticia, como los atracones de comida, amenazando su bienestar integral y su salud, pudiendo abrir una puerta a la bulimia y la anorexia, dejando una línea muy delgada para el cuidado de su salud, incluso de su vida.

Pero también hay quienes aprendieron a lo largo de estas experiencias a poner límites dentro de su interacción familiar, con la repetición de estas críticas hacia su cuerpo, no solo por parte del padre o la madre, sino de tíos, primos o primas o amigos; las sujetas han presentado una fuerte reilencia que les motiva a poner límites cuando el discurso o la interacción social empieza a tornarse con miras a opinar del cuerpo de las otras personas, no permitiendo la crítica cara a cara, deteniendo la conversación de inmediato y refiriendo que nadie tiene derecho a opinar del cuerpo de la otra persona, pues nadie sabe por lo que está pasando y que el aumento de peso es multifactorial, no solamente por comer mal o en grandes cantidades, incluso ellas mismas hacen el comentario muy reiterativo que ellas mismas se abtienen en todo momento de opinar del cuerpo de alguien más y presentando respeto y aceptación por todas las formas y tamaños de cuerpos, claramente se perciben los principios del movimiento Body positive en la nueva forma de pensar de las mujeres jóvenes de la familia, aunque siguen en una ambigüedad de sentimientos, pues sienten la presión de estar delgadas y ellas luchan por aceptar su cuerpo para sentirse bien.

Retomando la mención de la categoría salud con 38 menciones en el discurso de las participantes de la presente investigación, salta a la vista y en el interés de esta investigadora, que exista un alto grado de desórdenes alimenticios en la juventud actual, sobretodo en el género femenino y sobretodo que esté tan normalizado; incluso caiga en la categoría de la ignorancia, puesto que en las entrevistas se mencionó en reiteradas ocasiones que ellas a sí mismas se descubrieron un trastorno alimenticio, sin siquiera saberlo; que fue hasta cuando en la escuela se tocan ese tipo de temas, ellas se dan cuenta que están pasando por estos episodios derivados de un alto grado de estrés, ansiedad o presión social y ni las madres o la familia cercana se percatan de ello, pues no es bulimia o anorexia, es decir, enfermedades que puedan delatarse por medio de alguna sintomatología notable. Cito a Catalina quien narra su autodescubrimiento sobre este trastorno:

Y pues yo por mucho tiempo nunca me di cuenta que tuve como un problema un TCA, como que estaba muy normalizado, porque no es no es bulimia ni es anorexia, que no comas en todo el día durante mucho tiempo. Entonces no fue hasta que, pues en la escuela nos dijeron, aparte de estos 2, pues hay más, hay atracones, hay otro tipo de cosas. -Yo dije, ¿qué estoy haciendo? Es que. ¿Es que qué estoy haciendo? ¿Es que de verdad puede que tenga esto y me esté dañando mucho, no? Entonces pues sí te afecta, te afecta mucho emocionalmente y psicológicamente y de todo. (C. Sánchez, comunicación personal, 20 marzo 2024)

Con este testimonio se puede observar que las afectaciones que derivan de los comentarios de cualquier persona con respecto a la corporeidad de alguien; tienen quizá una intención inicial benéfica por “procurar el bien” de esas personas; sin embargo nunca es bien recibido por el portador de este cuerpo grande, siempre habrá una alusión al peso, talla y desgraciadamente siempre repercutirá en el estado anímico afectando al bienestar personal.

Aunado a lo anterior, es importante mencionar en esta investigación que surge un tema delicado en el análisis: La percepción de violencia en los comentarios que se hacen respecto al cuerpo grande y aún más, la normalización de este tipo de discursos. Con 51 menciones en el análisis del discurso de las sujetas en esta investigación; la percepción de que los comentarios, acciones o actitudes que han experimentado a lo largo de vida son violentas, o por lo menos eso perciben ellas, no solamente los

comentarios directos a su cuerpo, sino que incluso los comentarios que surgen en las redes sociales. En las interacciones personales, las sujetas refirieron un sinnúmero de experiencias donde experimentaron violencia, pues esta acción les hirió de tal forma que les ha marcado en su camino de vida, desde haber sufrido bullying en la etapa de la primaria y secundaria, donde la sujeta participante refiere haber visto que los compañeros de salón limpiaban el lugar donde ella se había sentado, porque les daba asco, sentarse donde “la gorda” se había sentado, hasta pasado el tiempo sufrir de bulimia nerviosa y seguir lidiando con los atracones de comida por experimentar presión en su vida escolar con entregas o exámenes.

Los comentarios respecto del cuerpo de las personas nunca son inocuos, siempre tendrán una consecuencia porque de facto llevan una intención, la crítica respecto de algo que se vuelve ciertamente incontrolable, las sujetas han referido en repetidas ocasiones que no pueden controlar la forma de su cuerpo, es decir, es la genética que tienen, nunca podrán llegar al estándar de belleza, o ser más altas, más delgadas, o simplemente blancas, talla cero, etc; pues su genética es caderas anchas, pecho pronunciado, cuerpo de pera, etc., más bien trabajar en esta aceptación; sin embargo, las redes sociales y los medios de comunicación no ayudan a este trabajo de autoaceptación pues constantemente refuerzan los mensajes de hegemonía corporal, a través de marcas de ropa, escaparates con tallas pequeñas, mensajes en redes sociales donde las personas son delgadas y si no lo son; reciben una avalancha de comentarios ofensivos respecto al cuerpo de la persona; insultos, reproches sobre el cuerpo, aun cuando el mensaje no va dirigido o tenga alguna relación a la corporeidad de la persona sino a cualquier otro tema, recuerrentemente aparece una opinión gordofóbica.

Las redes sociales tuvieron una itinerancia de 26 menciones durante esta investigación, siendo el principal medio de comunicación que consultan las sujetas de esta investigación, superando a la televisión o revistas. Tiktok e Instagram son las plataformas con mayor frecuencia de consultas, varias veces al día y con un sin fin de temáticas; lo que salta a esta investigación es que dentro de la jerga del lenguaje en redes sociales, existe un término para nombrar a las personas con cuerpos grandes, se les denomina #warzone etiqueta digital para definir un contenido donde aparece una persona de talla grande y aun cuando no exponga ningún contenido de la publicación un tema relacionado al peso, la misma comunidad etiqueta a esta persona de talla

grande con este hashtag #warzone. El mundo digital por un lado repite el discurso de la hegemonía delgada y blanca, sobre todo para el género femenino; pero por el otro hace una dura crítica y ejerce comentarios ofensivos y hasta cierto punto violentos escondidos detrás del anonimato que te permiten las redes sociales.

Este tipo de contenidos generan cierta presión en las sujetas de esta investigación, así lo expresaron; pues por un lado se abstienen de compartir contenidos donde muestren su propio cuerpo por tener miedo a la crítica o etiquetas en los comentarios, y por el otro lado, tampoco elaboran ningún comentario sobre el cuerpo de otra persona, pues no se sienten capaces de criticar a nadie, debido a que ellas han experimentado este tipo de crítica. Sin embargo, sostienen que las redes siguen reforzando el discurso violento y normalizado, privilegiando la gordofobia en los comentarios. También mencionaron que el movimiento del Body positive en redes se ha vuelto un discurso más bien vacío, donde refieren una *positividad tóxica* pues no todos los días las cosas son buenas o bonitas, que todos tenemos días buenos y malos y hay días, refieren, en los que no les gusta su cuerpo, no quieren vestirse para verse “bonitas”, quieren vestirse para trasladarse en transporte público sin sufrir alguna agresión de los usuarios, desde un piropo hasta un toqueteo, acciones a las que están expuestas día a día en esta ciudad.

La sexualización del género es otro tema que llama la atención a esta investigación, pues en los mismos comentarios de odio hacia cuerpos grandes, también hay comentarios hacia la sexualización de estos cuerpos voluptuosos y también hace que las usuarias se incomoden y se retraigan de mostrar sus cuerpos tal y como son.

Por último y no menos importante, la relación conceptual entre salud-delgadez y enfermedad-obesidad ha causado una controversia en esta investigación. Por un lado, las sujetas de la investigación están divididas en las opiniones entre sí existe una relación directa entre ser saludable y conservar un peso corporal bajo pero para la sociedad, esto lo refieren que está establecido en los cánones de belleza generales; sin embargo en su actuar diario, entienden que hay una serie de multifactores que influyen en el peso corporal, tantos que ellas mismas no pueden controlar, como el estrés, la genética, cualquier número de trastornos metabólicos, por mencionar algunos; de todos ellos, saben que no es posible además llegar al estándar de belleza, ser más altas, o tener piernas muy largas o ser de tez más blanca, pues ya tienen un proceso

de aceptación de su cuerpo. Así que concluyen que no hay una relación directa entre la delgadez y la salud, pues incluso puede ser que esta persona delgada presente problemas alimenticios como anorexia o bulimia, o alguna enfermedad mental; así como ser de talla grande y tener un control de estudios de sangre en laboratorio dentro de los límites considerados como normales.

## **Conclusiones**

Como primera conclusión, se tiene que el impacto de los comentarios familiares, así como los comentarios críticos sobre el peso y la apariencia provenientes de la familia, principalmente de madres, pueden tener consecuencias emocionales y psicológicas significativas en las jóvenes, afectando su autoestima y percepción de sí mismas.

Segunda conclusión, la normalización de la violencia corporal es aguda. Se observa una tendencia a la normalización de la violencia hacia los cuerpos grandes en la sociedad actual, sobretodo en los mensajes que se hacen en las redes sociales e incluso en los medios de comunicación, toda vez que la comunicación sigue reforzando en los medios audiovisuales el estándar de belleza basado en la delgadez y a la gordura como lo feo, lo burdo, chistoso etc; lo que refleja la importancia de abordar este tema como una problemática social relevante desde la comunicación en general para modificar los paradigmas y que esto no siga afectando el bienestar de las personas con cuerpos diversos.

Como tercera conclusión, se puede mencionar que la resiliencia y límites se está dando entre las jóvenes, a pesar de las críticas recibidas, algunas jóvenes han desarrollado resiliencia y han aprendido a establecer límites frente a los comentarios negativos sobre sus cuerpos, mostrando una actitud de rechazo hacia la opinión de terceros sobre su apariencia física.

Una cuarta conclusión es que desafortunadamente los desórdenes alimenticios y de salud, son más comunes de lo que parecen, la presión social y los comentarios gordofóbicos pueden contribuir al desarrollo de trastornos alimenticios en las jóvenes, lo que destaca la necesidad de crear conciencia sobre la importancia de la salud mental y emocional en relación con la imagen corporal, sobretodo esta imagen que está bien establecida en la hegemonía delgada y blanca que se refleja en las redes sociales.



Como quinta y última conclusión, se encontró que es de suma importancia tratar de abordar de manera integral y comprensiva la percepción de la violencia hacia los cuerpos grandes, destacando la necesidad de promover la aceptación corporal, la autoestima positiva y el respeto hacia la diversidad de formas y tamaños corporales para fomentar un ambiente de bienestar y salud emocional en las jóvenes.

## Referencias

- ACIS (2022). En USA, gasto en tallas grandes de mujeres creció 3 veces más rápido que el resto del mercado de ropa en 2021, según NPD. <https://acis.org.co/portal/content/en-usa-gasto-en-tallas-grandes-de-mujeres-crecio-3-veces-m%C3%A1s-r%C3%A1pido-que-el-resto-del-mercado>
- Blanes, M. J., (2017). Las curvy como modelo de ‘celebritización’ y empoderamiento en Instagram. CIC. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 22, 203-221.
- Brown, A., & Tiggemann, M. (2016). Imágenes atractivas de celebridades y compañeros en Instagram: efecto en el estado de ánimo y la imagen corporal de las mujeres. *Imagen corporal*, 19, 37-43. <https://europepmc.org/article/med/27598763> el 16 de junio de 2023.
- Castro Fernández, E. (2016). *Gordofobia médica: vivencias, violencias y resistencias*. [Máster, Sistema biomédico Salud Activismo antigordofobia Gordura Género]. [https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/202470/TFM\\_2023\\_Castro%20Fernandez\\_Elena.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/202470/TFM_2023_Castro%20Fernandez_Elena.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R. y Halliwell, E. (2015). Comparaciones sociales en las redes sociales: el impacto de Facebook en las preocupaciones sobre la imagen corporal y el estado de ánimo de las mujeres jóvenes. *Imagen corporal*, 13, 38-45.
- Galindo J. (2011). *Ingeniería en Comunicación social y deporte*. Instituto de Altos estudios sobre deportes, cultura y sociedad A. C. (INDECUS A.C.)
- Martins, V. M. P., & Carrera, F. A. S. (2020). Body positive en Instagram: análisis de modos de aceptación corporal desde la ruleta interseccional. *Razón y Palabra*, 24(109). <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1713>

Molina A. (2022). No necesitas adelgazar [Podcast de audio]. Spotify.

Molina A. [@acuerpada]. (s.f.). *Posts*. [Instagram profile]. Instagram <https://www.instagram.com/acuerpada/>

Perra Nación. (2023). No subo gordas 13 de julio de 2023 [Podcats de audio] Spotify

Perloff, R. M. (2014). Efectos de las redes sociales en las preocupaciones sobre la imagen corporal de las mujeres jóvenes: perspectivas teóricas y una agenda para la investigación. *Roles sexuales*, 71(11-12), 363-377.

Puhl, R. M., & Heuer, C. A. (2009). El estigma de la obesidad: una revisión y actualización. *Obesidad*, 17(5), 941-964.

Secretaría de Salud. (2023). Comunicado de prensa. 7 de enero de 2023. <https://www.gob.mx/salud/prensa/004-trastornos-de-la-conducta-alimentaria-afectan-a-25-de-adolescentes>

Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). ¿Qué es y qué no es una imagen corporal positiva? Fundamentos conceptuales y definición de constructo. *Imagen corporal*, 14, 118-129. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144515000388>

## COLECTIVOS DE MUJERES COMO ALTERNATIVA PARA POTENCIALIZAR LA ECONOMÍA Y COMUNICACIÓN

Griselda Guillén Ojeda  
[griseldaguillen@uabc.edu.mx](mailto:griseldaguillen@uabc.edu.mx)

Nina Alejandra Martínez Arellano  
[nina.martinez@uabc.edu.mx](mailto:nina.martinez@uabc.edu.mx)

Ana María Vázquez Espinoza  
[anyvazquez@uabc.edu.mx](mailto:anyvazquez@uabc.edu.mx)

Universidad Autónoma de Baja California

A la comunicación organizacional le corresponde el análisis de los contextos organizacionales desde una perspectiva interdisciplinaria, que permita gestionar de mejor manera la comunicación e interacción para el bienestar de la sociedad. De acuerdo a la Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales de la Comunicación (AMIPCO), la comunicación organizacional entendida como el “estudio, atención y mediación de los procesos comunicacionales de los sistemas organizacionales, a través de la integración e interpretación de datos por medio de métodos cualitativos y cuantitativos para realizar diagnóstico, planeación estratégica, intervención y evaluación de tales procesos” (AMIPCO, 2018, p. 8).

Dentro de estos procesos organizacionales la mujer tiene un papel cada vez más protagónico por lo que su bienestar y las formas de comunicación en las que participa, son temas que organismos internacionales remarcan como prioritarios a abordar tanto en materia de derechos humanos, como desde la perspectiva de la equidad y la justicia (ONU, 2024).

Ahora bien, en este texto nos interesa la urdimbre de estos dos elementos centrales, la comunicación en la organización y el rol de la mujer, pero además percibida desde el contexto de la figura de los colectivos en un entorno particular, el Valle de Mexicali Baja California, México, y la analizamos como una alternativa

económica protagonizada y gestionada principalmente por mujeres. La importancia de este acercamiento se debe a la poca información generada a la fecha sobre el estudio de estos colectivos, de tal manera este ejercicio nos permite conocer y explicar sus características, así como visibilizar el papel de la mujer al aporte a la economía de la región.

Si bien en México y Latinoamérica se han creado políticas públicas para reducir la desigualdad en la mujer (Banco Mundial, 2014; CEPAL, 2020; INADEM, 2018; Mujeres Moviendo a México, 2021), diversos organismos evidencian la poca o nula efectividad de las mismas, al no haber seguimiento. Por lo tanto, no se han evaluado y no se tiene la certeza de ser suficientes para implicar a la población que lo requiere (CEPAL, 2010, 2013, 2019; Guillén, s.f.). Por lo que se necesita de otras estrategias para avanzar en la solución del problema.

En este sentido, el objetivo de este capítulo, es presentar un mapeo de los colectivos de mujeres empresarias en el Valle de Mexicali, Baja California, México, y algunas explicaciones de cómo han podido solventar las adversidades para continuar funcionando o transformándose. La investigación se encuentra en una etapa inicial y exploratoria, sin embargo la información hasta el momento recabada permite un primer análisis, sistematización y crítica para ir en el camino de una sociedad más justa para las mujeres que inician una empresa.

El capítulo empieza por definir el marco teórico en el cual se abordan el problema de la brecha de género y los caminos para reducirla; además se presentan los colectivos de mujeres como alternativa económica en el valle de Mexicali. En un segundo momento se presenta el abordaje metodológico y finalmente, se analizan los resultados y presentan las conclusiones iniciales a las que se llegaron.

## **Marco teórico**

### ***Brechas de género y caminos para su reducción***

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, marcan como una de sus prioridades la igualdad de género puesto que “terminar con las formas de discriminación contra las mujeres y niñas no es solo un derecho humano básico, sino que además es crucial para el desarrollo sostenible. Se ha demostrado una y otra vez

que empoderar a las mujeres y niñas tiene un efecto multiplicador y ayuda a promover el crecimiento económico y el desarrollo a nivel mundial” (ONU, 2024).

Al respecto, existen factores que propician la existencia de dicha brecha de género en México, algunas de éstas son: bajo o nulo ingreso económico, asignación labores de cuidado que llevan al incremento de las labores si decide trabajar, e invisibilización de su aportación económica y de la violencia de género.

Una de las formas de medir la desigualdad de género, es a partir de la tasa de empleo, que implica un bajo o nulo ingreso económico que no le permita a la mujer una independencia, tiene relación con su rol de cuidadora de la familia. La no empleabilidad comparada con los hombres, es mayor en la mujer. La tasa de empleo de los varones es de 67%, frente a la de las mujeres del 48% (Strada, 2023).

Si bien existen políticas públicas que impulsan a la mujer a que inicie su empresa como mecanismo para adquirir un ingreso e independencia y con ello reducir la desigualdad (INADEM, 2018; Mujeres Moviendo a México, 2021), también es verdad que en realidad si decide trabajar, o bien iniciar una empresa, se incrementan las labores (Orlandi, 2017; Zambrano et al., 2019). Lo anterior lleva a varios problemas. Primero, hay una explotación al doblar las jornadas de trabajo, encargándose no solo de trabajar o de su empresa, sino del cuidado de la familia (Orlandi, 2017; Zambrano et al., 2019). Segundo, los roles asignados frustran a las mujeres y las llevan a crisis al tener que decidir entre atender la familia o la empresa (Orlandi, 2017). Tercero, ante tal situación la movilidad social se reduce pues la situación se convierte en un ancla que no le permite dejar el territorio.

La doble jornada, está acompañada de la no remuneración de las actividades, y, por tanto, a una invisibilización de las aportaciones de la mujer a la economía, puesto que el trabajo de cuidados a la familia, también es una labor que debería ser pagada o por lo menos no exclusiva de la mujer (Ayvar, 2023). Tanto la invisibilidad de la violencia de género como de las aportaciones económicas que hace la mujer en la sociedad, son factores que aumentan la desigualdad. Valdés (2023) señala que “lo que no se cuenta, no cuenta” (2023, párr. 1), indicando que una forma de visibilizar el papel de la mujer en la economía, es a partir de estadísticas a nivel local, nacional e internacional que permitan conocer la dimensión de las violencias para diagnosticar el problema y realizar acciones referentes a ello. Sin embargo, la autora destaca que

los países latinoamericanos deberían poner mayor atención en la obtención, sistematización, análisis y divulgación de las estadísticas respecto a este problema. Señala que, ejemplo de ello, solo 10 países en Latinoamérica informan de manera completa las características de los feminicidios en la región. Por lo que no hay suficiente información que permita identificar la raíz del problema.

Para Ayvar (2023), uno de los caminos para reducir la falta de equidad y justicia, es la diversificación de las actividades económicas que involucre a las mujeres y que además sean parte de la toma de decisiones. Lo anterior, permite poner en marcha sus propuestas con base en sus demandas y necesidades, y la construcción de proyectos justos para mujeres. De la misma forma Herrera y Valdés (2023) resaltan que cuando una mujer tiene ingresos propios, le es posible negociar con sus parejas y familias mayor independencia. Pero al mismo tiempo, el ingreso conlleva el desempeñar dos papeles: proveedora y cuidadora. En el mismo sentido Guillén (2021) concluye que las mujeres que inician una empresa, finalmente deben tener el rol de mujeres, madres, esposas y ser empresarias al mismo tiempo.

Lo anterior debe ir acompañado de un equilibrio en los papeles que se atribuyen a la mujer y considerar que no hay que tener “ni madres sacrificadas que tienen como fin único cuidar a sus criaturas, ni súper madres siempre disponibles para el mercado de trabajo” (Vivas, 2021). Es así como Carrasco (2020) propone que la sociedad en su conjunto debe hacerse responsable de los cuidados, no solo las mujeres.

En este contexto, se han puesto en marcha varias alternativas a la economía que permitan mayor independencia a la mujer y que, sin duda, implica cambio de perspectivas profundas (Ayrar, 2023; Ayvar-Acosta 2022; Herrera & Valdés, 2023). A continuación, se exploran dos visiones de alternativa económica.

### ***Alternativa para potenciar la economía***

Considerar la construcción de alternativas económicas para mujeres, es una de las prioridades a impulsar. En este tenor, existen dos perspectivas que aportan a esta urgencia: economía y género, la economía feminista estrechamente enlazada con la economía social solidaria y las cooperativas.

Respecto Carrasco (2020), define género y economía como el binomio que busca que las mujeres tengan el mismo acceso a los recursos que los hombres,

es decir integrarse al sistema existente. Por tanto, la economía de género describe y denuncia cuando identifica que la mujer no recibe el mismo trato y justicia que el hombre, profundizando las desigualdades, esto sin un enfoque crítico Carrasco (2006). Por tanto, es posible establecer, que la economía de género se apega a las reglas del mercado capitalista, por lo que las economías que siguen esa línea se organizan con lineamientos de organigrama, líneas de mando conforme a una empresa común.

Por otra parte, Ayvar (2023) indica que la economía social solidaria, busca el beneficio colectivo a partir de acciones autónomas y democráticas, en relación a los recursos y el trabajo, que contribuyen a que valores como la igualdad, equidad y justicia, puedan lograrse, permitiendo una emancipación para quienes participan en ella y avanzar hacia la reducción de las desigualdades. Esta perspectiva, es contraria al capitalismo, que impulsa la acumulación de riqueza y el crecimiento.

No obstante, es importante resaltar que aún en este tipo de economías, es posible que se presente discriminación y desigualdad hacia la mujer. Al respecto, Ayvar (2023) señala que, en este tipo de economías, las mujeres no ocupan cargos directivos en las cooperativas, por el hecho de que son cuestionadas y considerar que no tiene la capacidad para ello. Sin embargo, cuando son cuestiones relacionadas con vivienda y consumo, es posible encontrarlas participando, pues se considera que son capaces de opinar en ese tema. Sin embargo, siguen sin ocupar cargos directivos y continúan subordinadas a los hombres quienes dirigen las organizaciones. Como forma de reducir esta problemática, Ayvar (2023), propone que la economía social y solidaria, incorpore conceptos feministas y se hable de tres aspectos: machismo, patriarcado y subordinación de las mujeres.

En el contexto mexicano de la economía social solidaria, particularmente en el ámbito de las cooperativas se coloca a la persona como prioridad y se busca su emancipación. Rojas (2021), analiza las cooperativas en México destacando que las que predominan son las de préstamo y ahorro, más que las de producción y consumo, por lo que el autor resalta una desigualdad en esta forma de subsistencia.

Las cooperativas promueven igual que la economía solidaria, la emancipación, la cual se entiende como “la capacidad de generar prácticas que permitan un desarrollo de la conciencia humana en un entorno solidario, y no la explotación de quienes trabajan en ellas” (Ayvar-Acosta, 2022, p. 7).

Aunque son dos modelos de una misma vertiente, estas iniciativas económicas, presentan encuentros y desencuentros. La economía social solidaria, pone al centro a la persona, priorizando la satisfacción de sus necesidades, por lo tanto, tiene un sentido social que finalmente es emancipador. No obstante, aún hay trabajo que hacer en la participación de la mujer en la toma de decisiones.

En el siguiente apartado se expresa el análisis de cómo se presentan tanto la economía social solidaria como los colectivos en el Valle de Mexicali, Baja California, México, lo que permite identificar las condiciones en las que las mujeres trabajan y hasta cierto punto el avance en la búsqueda de reducir la desigualdad hacia la mujer.

### ***Colectivos como alternativa económica para la mujer en el Valle de Mexicali***

El Valle de Mexicali se encuentra ubicado al norte de México, es frontera con Estados Unidos, facilitando el tránsito a dicho país y la comercialización de productos en ambos sentidos. El Valle cuenta con 134 mil habitantes, en una extensión de 329 mil hectáreas y 1,699 poblados. La fuerza económica descansa en la agricultura y el comercio (INEGI 2015).

En materia de empresarias en el Valle de Mexicali, se identifica que la mayoría de las mujeres que acuden a solicitar asesoría, son mujeres que tienen o quieren iniciar su negocio (Burgueño, 2017). De la misma forma, el contexto en el que las empresarias se desenvuelven, se vuelve hostil cuando no se dedican a lo que se espera, que es a comercializar artículos de belleza y comida en pequeña escala, sino que se involucran con sectores más comunes para los hombres, como ferreteras y restaurantes formales (Guillén, 2021).

Respecto a las cooperativas, el INEGI (2019) señala que Baja California es uno de los estados que tiene menos cooperativas de comercio al por menor, con apenas 752, de las cuales el 44% son de Tijuana, el 31% de Mexicali y su Valle y el 11% de Ensenada. Del total de las cooperativas en Mexicali, apenas el 17% son del Valle de Mexicali y son en su mayoría escolares y agrícolas.

Por otro lado, una alternativa económica que ha surgido recientemente en los últimos cinco años en el Valle de Mexicali, son los colectivos de mujeres que se organizan para comercializar productos a pequeña escala. Sin embargo, estas alternativas económicas, no han sido registradas en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades



Económicas (DENUE) del INEGI (2019). Lo anterior hace evidente que en la base de datos no considera en su clasificación el término colectivo, y los incluye como pequeño comercio, invisibilizando tanto su forma de organizarse como su impacto benéfico para la economía impulsada por las mujeres. Se evidencia entonces, la falta de estadísticas que ayuden a visibilizar su labor.

En este sentido, a continuación se presentan las características de los colectivos de mujeres empresarias del Valle de Mexicali Baja California, México, como espacios comerciales que se han ido consolidando como alternativa económica para mujeres de esta región.

Considerando que las aportaciones de estas alternativas económicas ayudan a reducir la desigualdad de género que viven las mujeres y que puedan tener un marco económico que les brinde autonomía y equidad, y llevar a una vida más justa a partir de la independencia económica (Ayvar, 2023), este trabajo hace una primera aproximación a los colectivos del Valle de Mexicali generados por mujeres hace apenas cinco años.

## **Metodología**

Esta es una investigación de corte mixto en el que se utilizaron técnicas cualitativas como la entrevista semi estructurada y la etnografía, además, de la búsqueda en bases de datos para conocer la cantidad de colectivos, sus características y las motivaciones para su instalación, operación y expectativas a futuro.

En este capítulo, se presenta la primera fase del estudio, realizada en el Valle de Mexicali, en la cual se realizó un mapeo de los colectivos de mujeres para identificar su localización, giro y temporalidad. Durante la exploración en campo se fueron identificando los lugares donde se encuentran los colectivos, se elaboró un mapa que permitió identificar la ubicación y registrar si el colectivo se encontraba en funciones.

Luego del mapeo se concertaron citas con las mujeres propietarias o quienes administraban los colectivos, y a través de una entrevista semi estructurada se buscó registrar las formas de funcionamiento, organización, expectativas y recuperar la experiencia de las mujeres en la administración de estos espacios comerciales. Como complemento se analizaron redes sociales digitales para conocer cómo se anuncian y se organiza cada colectivo en estas plataformas.

Las unidades de análisis fueron diez colectivos ubicados en el Valle de Mexicali, dirigidos por mujeres de la región. Las características identificadas fueron: nombre del colectivo, nombre de la persona que dirige, poblado en el que se encuentra, tiempo en que el colectivo ha estado funcionando, tipo de giro y mercancía que vende, publicaciones realizadas en la red social.

Para el análisis de resultados, se elaboraron dos matrices de datos, que permitió identificar y analizar las características coincidencias y formas de funcionamiento de los colectivos.

### ***Análisis de resultados***

El total de los colectivos que se identificaron al momento de levantar la información, fueron diez, todos dirigidos por mujeres. La antigüedad de cada colectiva va de 1 a 5 años. En donde dos de ellos ya tienen 5 años trabajando, tres de ellos tienen 3 años, uno 2 años y 4 con un año (ver Tabla No. 1).

**Tabla No. 1**  
*Antigüedad de los colectivos en el Valle de Mexicali*

<b>Núm.</b>	<b>Nombre del colectivo</b>	<b>Tiempo del colectivo</b>
1	Colectivo Victoria	5 años
2	Colectivo Figuras Yesenia	5 años
3	Estética y Colectivo, Mamitas&Papitos	3 años
4	Colectivo y Bazar Salvia Valle	3 años
5	Colectivo HN	3 años
6	Colectivo 7	2 años
7	Beauty&More43	1 año
8	Colectivo 365	1 año
9	Colectivo algo Bonito	1 año
10	Colectivo Espacio Rosa	1 año

Elaboración propia con información obtenida en trabajo de campo con cada uno de los colectivos.

Una particularidad de estos colectivos, es que el total, se dedican al comercio de artículos de belleza, tintes, cosméticos, aretes, ropa, zapatos, entre otros. Uno, se distingue ya que ofrece el servicio de estética y barbería, que finalmente está relacionado con la estética física. Esta tendencia es muy apegada a lo que se espera que una mujer se dedique, belleza, vestido y calzado y coincide con lo que se ha criticado en economías sociales solidarias (Ayvar, 2023). (Ver Tabla No. 2).

Otra característica importante, es que estos productos en su mayoría no son hechos por las mujeres, sino que son adquiridos en tiendas de Mexicali, San Luis Río Colorado o bien hasta en Estado Unidos, que por su cercanía con ese país, es relativamente sencillo obtener mercancía para venderla a quienes no pueden ir a dicho país.

**Tabla No. 2**

*Características generales de los colectivos del Valle de Mexicali*

Núm.	Nombre	Tipo ventas	Tipo de mercancía
1	Colectivo Victoria	Comercio	Maquillaje, ropa.
2	Colectivo Figuras Yesenia	Comercio	Cremas preparadas por dermatóloga, figuras hechas de porcelana fría, accesorios y ropa.
3	Estética y Colectivo, Mamitas&Papitos Barber-Estetika	Comercio y servicio	Barbería, artículos de belleza, camisetas.
4	Colectivo y Bazar Salvia Valle	Comercio	Cosméticos y ropa.
5	Colectivo HN	Comercio	Belleza, ropa, artículos escolares, uso personal.
6	Colectivo 7	Comercio	Ropa, bisutería, cosméticos, limpieza personal, perfumes, plantas, artículos para el hogar, artículos escolares, juguetes, artículos para hombres, electrodomésticos.
7	Beauty&More43	Comercio	Belleza, cosmética y cuidado personal.
8	Colectivo 365	Comercio	Belleza, cosméticos y cuidado personal.
9	Colectivo algo Bonito	Comercio	Maquillaje, bolsas y cosmetiqueras.
10	Colectivo Espacio Rosa	Comercio	Ropa, belleza, calzado, accesorios.

Elaboración propia con datos recabados en trabajo de campo.

Los colectivos funcionan ofreciendo espacios a otras personas que desean tener un ingreso, y dejan sus productos en el colectivo para su comercialización.

La propietaria del local, renta un espacio, que de acuerdo a su localización y tamaño puede valer entre \$150 a los \$500 pesos mexicanos mensuales. La persona que renta el espacio, regresa cada cierto tiempo para recibir el dinero de lo vendido y un reporte, pues dependiendo del espacio en el negocio que se rente el producto pudo tener mayor o menor éxito.

Cada propietaria del colectivo ofrece con la renta, la promoción de los productos a través de Facebook, ya sea a través de transmisiones en vivo, *reels*, fotografías o bien realiza dinámicas como rifas, paquetes especiales, *Give a Way*, modalidades de promoción de esta manera visibilizan los diferentes tipos de productos que se ofrecen en el colectivo.

Además como parte de la responsabilidad social del colectivo y que a la vez es una dinámica de reputación para el colectivo, estos realizan actividades de apoyo a la comunidad como participación en obsequios navideños a niños de bajos recursos. (Ver Tabla No. 3).

En su mayoría, las personas que rentan los espacios en los colectivos también son mujeres, aunque algunas reportan que en los últimos meses se ha incrementado el número de hombres que se han sumado a esta dinámica económica. Sin embargo, hay colectivos que son exclusivos de mujeres. La propietaria de los colectivos, pueden tener servicio de asesoría respecto a cómo mejorar las ventas de sus productos, qué hacer para que tenga mayor impacto con base al comportamiento de las ventas.

Una situación peculiar que se registró durante la exploración fue el cierre de algunos colectivos. Lo que indica que, en realidad, pueden ser muy vulnerables, abrir y cerrar en corto tiempo.

**Tabla No. 3**

*Sistema de funcionamiento del colectivo y actividades de comunicación en redes*

Núm.	Nombre	Cantidad que cobran por espacio	Publicaciones por Facebook	Actividades que realiza por facebook
1	Colectivo Victoria	De \$150 a \$400 pesos mensuales	5 a 7 por semana	Rifas, transmisiones en vivo.
2	Colectivo Algo Bonito	De \$150 a \$400 pesos mensuales	1 por semana	Publicación de promociones.

3	Estética y Colectivo, Mamitas&Papitos Barber-Estetika	\$300 pesos mensuales	4 por semana	Videos cortos donde da a conocer promociones y nuevos productos.
4	Espacio rosa	\$300 pesos mensuales	7 por semana	Videos de ofertas
5	Colectivo HN	\$200 pesos mensuales	12 a más por semana	Publicación de productos y servicios.
6	Beauty&more43	Sin información	1 o 2 por semana	Solo usan redes para promoción
7	Colectivo 365	Desde \$150 a \$500 pesos semanales y quincenales	14 o más por semana	Rifas, muestra de productos
8	Colectivo y Bazar salvia valle	\$150 pesos mensuales	5 por semana	mediante publicación en redes
9	Colectivo 7	Desde \$150 a \$300 pesos mensuales	5 a 10 diarias	Videos con promociones de los productos. Cada año realiza un bazar con premios, regalos etc.
10	Colectivo y Figuras Yesenia	Desde \$200 a \$450 pesos mensuales	1 a 3 por semana	Artículos de belleza, figuras decorativas, recuerdos para fiestas.

Elaboración propia con datos recabados durante el trabajo de campo.

## Cambiar las reglas del juego a manera de conclusión

Los colectivos de mujeres son una alternativa económica para que las mujeres mejoren su poder adquisitivo a partir de la comercialización con productos y servicios. Con la apertura de un colectivo no solo beneficia la propietaria del colectivo, sino también a otras mujeres que llevan sus productos (algunos de elaboración propia o artesanal, otros como cosméticos, ropa, juguetes de reventa) y consiguen un ingreso extra para apoyar su economía.

A partir de la información recabada, se puede describir que la forma de organizarse se aleja de una cooperativa, incluso de una economía social solidaria, por lo que se acerca más a una economía de género (Ayvar-Acosta, 2022; Ayvar, 2023; Carrasco, 2020), que propicia un mejoramiento económico de las mujeres impulsando su independencia económica, habilidades, seguridad y se puede visibilizar como una acción para reducir la brecha de género (Carrasco, 2006, 2020).

Sin embargo, se identifica también que los productos y servicios que ofrecen, están orientados a lo que se espera se dedique una mujer, belleza, ropa, zapatos, artículos de casa y comida (Ayvar, 2023; Guillén, 2021).

Durante la exploración realizada se puede afirmar que los colectivos de mujeres que se han mantenido de entre tres a cinco años, para ellas este modelo de negocio ha tenido un impacto en su economía. Y aunque este trabajo es apenas una exploración inicial, es posible confirmar que para las mujeres en el Valle de Mexicali, es un escenario de visibilización e impulso en la economía, no solo de quien inicia el colectivo, sino de quienes participan en este “contando para que cuente” (Valdés, 2023).

Luego de esta primera fase surgen nuevas preguntas con relación a la motivación de las mujeres que inician y permanecer en los colectivos, las redes de acción y colaboración entre ellas, los tipos de relación colectividad-competencia, entre los colectivos y/o entre las mujeres que participan en estos, y por supuesto indagar en las trayectorias de las mujeres que participan en estos espacios. Por lo que este primer ejercicio permitió un acercamiento y reconocimiento de los colectivos.

## Referencias

- Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales de la Comunicación. AMIPCO. (2018). *Código ético para el ejercicio profesional de la Comunicación Organizacional*. <https://www.amipco.org/wp-content/uploads/2020/09/CODIGO-ETICO-PARA-EL-EJERCICIO-PROFESIONAL-CO-9-28-18.pdf>
- Ayvar-Acosta, M. I. (2022). Critical Management Studies, cooperativas y emancipación en México y Europa. *Cooperativismo & Desarrollo*, 30(123), 1-25. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2022.02.04>
- Ayvar Acosta, I. (2023). El papel de las mujeres en la economía social solidaria. En M. Pérez Domínguez, P. Godínez Mejía, & M. Rampírez Zaragoza (Eds.), *Los feminismos en México. Reflexión analítica sobre su potencia histórica y política* (pp. 205). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Burgueño, R. (2017). La mujer microempresaria del valle de Mexicali. En C. López Guzmán (Comp.), *Democracia y Desarrollo en México*. Universidad Autónoma de Baja California.

- Carrasco, C. (2006). La economía feminista: una apuesta por otra economía. En M. J. Vara (Coord.), *Estudios sobre género y economía* (pp. 29-62). Akal.
- Carrasco, C. (2020). Economía feminista y economías solidarias: diálogos urgentes. En E. Pérez, & A. González (Eds.), *Políticas públicas, estrategias económico-alternativas y derechos económicos de las mujeres* (pp. 205-214). Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional/Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Centro de Economía Política Argentina (2024). Observatorio de género, indicadores de actividad, empleo y desempleo. <https://www.centrocepa.com.ar/genero>.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). MYPIMES en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Naciones Unidas. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44603-mipymes-america-latina-un-fragil-desempeno-nuevos-desafios-politicas-fomento>.
- Comisión Económica para América Latina. (2013). Políticas para la inserción de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas en cadenas globales de valor en América Latina. CEPAL.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2010). Políticas de Apoyo a las PYMES en América Latina. Entre avances innovadores y desafíos institucionales. CEPAL. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/2552-politicas-apoyo-pyme-america-latina-avances-innovadores-desafios-institucionales>.
- Grassil, E. (2020). Estado, política social, economías alternativas y el papel de las mujeres. En E. Pérez, & A. Gonzalez (Coords.), *Políticas públicas. Estrategias económico alternativas y derechos económicos de las mujeres* (pp. 196-204). Universidad del País Vasco, Universidad Nacional Mayor de San Marcos
- Guillén Ojeda, G., Vázquez Espinoza, A., & Nina Alejandra, M. (En imprenta). Críticas a las políticas públicas para el emprendimiento a la mujer. En Complejidad organizacional: reconfiguraciones y paradigmas para una nueva realidad.

- Guillén Ojeda, G. (2021). *Representaciones sociales: Ser madre, esposa, empresaria y vivir en el Valle de Mexicali*. Universidad Autónoma de Baja California.
- Herrera, C., & Valdes, R. (2023). El género del dinero en familias de sectores populares de la Ciudad de México. En C. Herrera, K. Tinat, & S. Giorguli, *Mirar el Mundo con lentes de género* (pp. 421-459). Colegio de México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>.
- Mujeres Moviendo Mexico. (10 de agosto de 2021). Mujeres Moviendo México. Recuperado de <https://crea.org.mx/mujeres-moviendo-a-mexico/>
- Organización de las Naciones Unidas (2024). Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals/igualdad-genero>
- Orlandi, L. B. (2017). Am I an entrepreneur? Identity struggle in the contemporary women entrepreneurship discourse. *Contemporary Economics*, 11(4), 487-499. Rojas,
- Strada J. (2023). *Desigualdad de género y violencia económica. Curso Violencia por razones de género contra las Mujeres*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Valdés A. (2023). *Lo que no se cuenta no cuenta. Curso Violencia por razones de género contra las Mujeres*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Vivas, E. (25 de octubre de 2021). Por una maternidad feminista, colectiva y desobediente. *Malvestidas*. Obtenido de <https://malvestida.com/2021/10/maternidad-feminista/>
- Zambrano-Vargas, S. M., & Vázquez-García, A. W. (2019). Algunas perspectivas teóricas para el estudio del emprendimiento y el género. *Saber, Ciencia Y Libertad*, 14(1), 159-170. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n1.5216>



# SEÑALES DE INFORMACIÓN Y PROBLEMAS DE CAUSALIDAD INVERSA ENTRE LA PERCEPCIÓN SOBRE LA CORRUPCIÓN Y LA APROBACIÓN PRESIDENCIAL

Ricardo R. Gómez Vilchis  
[ricardoromano2@hotmail.com](mailto:ricardoromano2@hotmail.com)

Universidad Autónoma Metropolitana

¿Las señales sobre la corrupción que percibe la ciudadanía afectan la aprobación presidencial? ¿O es la valoración que hace el ciudadano sobre el presidente la causa y no el efecto de esta confusa relación? Los estudios previos han examinado los efectos de la percepción que la corrupción tiene en el apoyo político. La mayoría de los académicos asumen, sin ninguna reserva, que la opinión pública sobre la corrupción determina el apoyo de la gente a las instituciones y líderes políticos. Sin embargo, ignoran que puede ser todo lo contrario.

Este capítulo examina la relación entre el apoyo al presidente y las señales de corrupción percibidas por la ciudadanía en su vida diaria, a través del uso de una variable instrumental, la libertad comercial. Se realiza un análisis de regresión de mínimos cuadrados de dos etapas para abordar este desafío metodológico: la relación de endogeneidad entre opinión pública sobre las señales que percibe de corrupción en el país y la aprobación presidencial.

Manteniendo constante la percepción ciudadana sobre la corrupción, la opinión sobre el desempleo, la percepción de la economía (visiones retrospectivas y prospectivas) y las variables sociodemográficas, este capítulo estudia la relación de causalidad entre la aprobación presidencial y las señales de la presencia de la corrupción. La evidencia empírica se basa en México como estudio de caso, incluye casi 24,000 observaciones de datos de encuestas de 1995 a 2018.

A continuación, este capítulo revisa la literatura centrada en la relación de endogeneidad entre las señales sobre la corrupción y las de la aprobación presidencial.

De esta discusión, el análisis deriva dos hipótesis contrapuestas: (1) Son las señales de la presencia de la corrupción lo que hace que los ciudadanos aprueben al Ejecutivo, y no al revés. (2) Es la aprobación presidencial la que determina la opinión de la gente sobre el estado que conserva la corrupción en el país, no al revés. El capítulo describe en detalle la estrategia metodológica para este análisis en las siguientes páginas. Finalmente, presento los principales resultados y hallazgos de este estudio

### **Teoría: Apoyo Político hacia el Presidente y Percepción de Señales de Corrupción: Un Problema de Endogeneidad**

Muchos estudiosos suponen que las señales de información, vinculadas con el desempeño del gobierno al abordar desafíos económicos, sociales y políticos, pueden tratarse como causas de la variación en la evaluación que los ciudadanos hacen del presidente. La mayoría de las interpretaciones de esta relación de causalidad se basan en gran medida en este supuesto: las personas castigan o recompensan a los titulares por su desempeño en el manejo de situaciones desafiantes. Sin embargo, la mayoría de los académicos no han ofrecido evidencia empírica concluyente en este debate.

Este capítulo se enfoca en las señales vinculadas con la percepción de la corrupción, debido al papel central que desempeña la corrupción en la mayoría de las democracias emergentes. La presencia de gobiernos corruptos ha sido uno de los principales obstáculos para una consolidación democrática en la región latinoamericana, particularmente en México.

En las últimas décadas, los análisis de las señales de corrupción como determinante clave para explicar el apoyo de los ciudadanos a las instituciones y líderes políticos se han vuelto más comunes (Hiskey & Seligson, 2003; Seligson, 2002; Weitz-Shapiro, 2008). Sin embargo, estos estudios rara vez han examinado a detalle el problema de la endogeneidad entre la percepción sobre las señales de corrupción y el apoyo político. Los académicos ofrecen diferentes alternativas metodológicas para abordar el problema (Anderson & Tverdova, 2003; Bohn, 2012; Bratton & Coulibaly, 2002; Kotzian, 2010; Mishler & Rose, 2001), el capítulo identifica tres en total: la integración de una pregunta centrada en la experiencia directa de la corrupción como variable clave, la implementación de indicadores agregados de corrupción y el uso de una variable instrumental.

La percepción del aumento de la corrupción puede conducir a una pérdida de apoyo político, pero al mismo tiempo, los encuestados que reportan un escaso apoyo al presidente también podrían creer que la corrupción es un fenómeno generalizado. La estrategia metodológica más común para abordar el problema de endogeneidad entre el apoyo político y la percepción del aumento de la corrupción, es el uso de una pregunta centrada en la experiencia directa de la corrupción como variable clave. Se supone que quienes sufren sobornos tienen un menor nivel de apoyo político que quienes no lo sufren. Además, si bien es probable que las personas que muestran un bajo nivel de apoyo político son las mismas que vislumbran a la corrupción como un problema generalizado también en el gobierno, es poco probable que un funcionario público conozca siquiera la opinión de un encuestado sobre las instituciones y los líderes políticos, y mucho menos basar su solicitud de soborno en el demandado (Clausen et al., 2011)

Desde esta perspectiva, los académicos (Bohn, 2012; Bratton & Coulibaly, 2002; Corral & Orcés, 2013), sostienen que utilizando una pregunta enfocada en la posibilidad de haber sido víctima de la corrupción, se genera una estimación más plausible del efecto causal de la corrupción sobre el apoyo político, en vez de orientar la pregunta a la percepción de este problema.

¿Esta estrategia metodológica supera el problema de endogeneidad en cuestión? No, todavía existe un cierto sesgo de endogeneidad, aunque en menor medida, en las preguntas enfocadas en la experiencia de haber sido víctima de la corrupción. ¿Qué pasa si los objetivos de los sobornos se seleccionan precisamente porque el partido en el poder o los funcionarios públicos favorecen a sus amigos, además de “imponer impuestos” a sus enemigos (Seligson, 2002)? El problema de endogeneidad también ocurriría si los encuestados que expresan un bajo nivel de apoyo son más propensos a interpretar una interacción ambigua con un funcionario público como una solicitud de soborno, situación que no ocurriría cuando los encuestados tienen un nivel de apoyo político mayor hacia el presidente (Clausen et al., 2011). Si ese fuera el caso, la relación de endogeneidad entre el apoyo político de los ciudadanos y la opinión pública sobre las señales de corrupción seguiría existiendo. Si bien, el análisis podría ser más preciso con el uso de una pregunta centrada en la experiencia directa de haber sido víctima de la corrupción, sigue existiendo un problema de percepción entre dos

variables en el que la relación de causalidad es confusa. Hay un análisis más preciso, pero que no supera el dilema de la dirección de causalidad. Este capítulo reconoce que al utilizar una pregunta enfocada en haber sido víctima de la corrupción, todavía puede existir ese sesgo de endogeneidad, aunque en menor medida.

Otra corriente de la literatura ha explotado la implementación de indicadores agregados que miden la corrupción, los cuales son vistos como la principal solución para analizar la relación de endogeneidad entre la percepción sobre la corrupción y el apoyo político. Estos académicos (Kotzian, 2010; Mishler & Rose, 2001), suponen que la eventual endogeneidad desaparecerá debido a que el Índice de Percepción de la Corrupción (IPC), que utilizan, es una puntuación construida por un equipo de investigadores a partir de una serie de encuestas individuales, complementada con varias calificaciones de analistas de riesgo.

Desde este enfoque (Kotzian, 2010; Mishler & Rose, 2001), la variable agregada IPC afecta el nivel individual de apoyo político. Estos académicos suponen que los diferentes niveles de corrupción a nivel nacional generan diferentes expectativas entre los ciudadanos, lo que afecta sus sentimientos sobre el desempeño del gobierno. Las personas que viven en sociedades menos corruptas tienden a experimentar menos corrupción y a volverse intolerantes hacia estas prácticas, y niveles más altos de corrupción percibida reducen el apoyo a las instituciones y líderes políticos. Por el contrario, los ciudadanos que viven en naciones más corruptas son más receptivos y están más acostumbrados a estas prácticas, moderando de alguna manera los efectos negativos de la corrupción sobre el apoyo político (Corral & Orcés, 2013).

Sin embargo, otros académicos expresan sus preocupaciones sobre el uso de esta estrategia metodológica. Wells y Krieckhaus (2006), afirman que el uso de variables agregadas para predecir el apoyo político a nivel individual podría generar fácilmente (pero de forma incorrecta estadísticamente hablando) hallazgos muy significativos basados en grandes muestras de 5,000 casos o más. Sin embargo, para estos académicos (Wells & Krieckhaus, 2006), es necesario advertir que al utilizar el índice agregado de percepción de la corrupción no habría mucha variación en el análisis, lo que es clave para cualquier análisis estadístico. Para una muestra de 5,000 encuestados en cinco países, el análisis puede tomar sólo cinco valores para la variable agregada clave IPC. Para Seligson (2002), el IPC no nos permite establecer

un vínculo directo entre la opinión pública sobre las señales de corrupción que percibe la ciudadanía y el apoyo político, ya que el IPC proporciona sólo una medida agregada nacional, no una medida a nivel individual. Por lo tanto, si bien se trata de un argumento simple, es de enorme importancia en la práctica dada la facilidad con la que se pueden generar hallazgos espurios.

Desde este enfoque, a modo de subrama, algunos académicos (Corral & Orcés, 2013; Wells & Kriekhaus, 2006), intentan analizar la relación entre la opinión pública sobre las señales informativas de corrupción y el apoyo al presidente integrando en su análisis modelos multinivel. Estos académicos (Corral & Orcés, 2013; Wells & Kriekhaus, 2006), ofrecen un análisis más preciso al examinar la interacción entre los datos de encuestas individuales y los datos agregados: mientras que los individuos que viven en sociedades menos corruptas tenderán a experimentar menos corrupción y se volverán intolerantes hacia estas prácticas, los ciudadanos de las sociedades menos desarrolladas serán más receptivos a la corrupción. Aunque este tipo de estudio ofrece un análisis más preciso que los trabajos mencionados anteriormente, la pregunta sobre la relación de causalidad entre el apoyo a los líderes políticos y lo que el ciudadano identifica como señal de la presencia de la corrupción, permanece sin respuesta.

¿El uso de una variable agregada resuelve el problema de endogeneidad entre la percepción de la opinión pública sobre lo que identifica como señales de corrupción y el apoyo hacia líderes políticos? Algunos académicos (Paterson & Goldstein, 1991), afirman que agregar datos, es decir, el uso del IPC es un proceso diferente al de la evaluación de los líderes políticos y las instituciones por parte de los ciudadanos. El proceso de apoyo político está encarnado por individuos. El IPC refleja las percepciones sobre la corrupción en todos los países, en toda la nación. Suponiendo que este dilema de endogeneidad pueda superarse porque el IPC proviene de varias encuestas individuales de empresarios y los datos de apoyo político de las respuestas de ciudadanos individuales, no es necesariamente la alternativa metodológica más precisa. Algunos académicos (Baum, 2003; Hamilton, 2004; Iyengar & Kinder, 1987), encuentran que la opinión pública de la élite podría liderar las percepciones públicas masivas. Si ese fuera el caso, eventualmente habría un problema de causalidad inversa entre el apoyo político de la gente y el IPC porque este último (la variable independiente) no podría ser totalmente exógeno, es decir, independiente al primero (la variable dependiente).

La última perspectiva enfatiza el uso de una variable instrumental. La técnica estándar para corregir la endogeneidad son las variables instrumentales, a través de regresiones de mínimos cuadrados de dos etapas. Sin embargo, esto requiere la identificación de variables instrumentales pertinentes. Esto significa que una buena variable instrumental (la variable  $Z$ ) debe estar altamente correlacionada con la variable independiente endógena ( $X$ ) a la que reemplaza, y  $Z$  no debe influir directamente en la variable dependiente ( $Y$ ) (Treisman, 2000). Anderson y Tverdova (2003), abordan el problema de la causalidad inversa entre la percepción de las señales de corrupción y el apoyo de los ciudadanos a la democracia utilizando el porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) y una medida de la libertad económica como variable instrumental (la variable  $Z$ ), un predictor exógeno, es decir, independiente de las percepciones sobre las señales de corrupción en la regresión de la primera etapa. Cheung y Leung (2007), suponen que las percepciones de la influencia política de los grupos étnicos sólo importan para la corrupción y no tienen ningún efecto directo sobre la confianza en las instituciones. De esta manera, estos académicos (Cheung & Leung, 2007), analizan la relación de endogeneidad entre la confianza de los ciudadanos en las instituciones políticas y la evaluación de la corrupción por parte de la gente. Lavalley et al. (2008), examinan el impacto de las percepciones de corrupción en la confianza política institucional utilizando como variable instrumental clave las opiniones del encuestado sobre la aceptabilidad del pago de un soborno.

La parte más difícil para cualquier estudio que utilice una variable instrumental es identificar un instrumento adecuado. El vínculo entre el elemento  $X$  endógeno (los valores de  $Y$  están correlacionados con los de  $X$ ) y la variable dependiente  $Y$  hace difícil encontrar un instrumento razonablemente convincente para probar la dirección de la causalidad. Teóricamente esperamos que la variable  $Z$  esté altamente correlacionada con la variable independiente endógena ( $X$ ) a la que reemplaza (los valores de  $Z$  y  $X$  están correlacionados), y que  $Z$  no deba influir directamente en la variable dependiente ( $Y$ ) (los valores de  $Z$  y de  $Y$  no deben estar correlacionados). Metodológicamente, las pruebas de Durbin y Hausman pueden ofrecer evidencia empírica de la calidad del instrumento (Baum, 2006; Stata 2019), cómo se explica en la sección metodológica de este capítulo. Este capítulo utiliza la libertad comercial como variable instrumental (variable  $Z$ ), suponiendo que es exógena (que no está correlacionada) a la aprobación

presidencial (variable Y). Si la libertad comercial (variable Z) afecta la aprobación (variable Y), la relación entre ambas variables debería ser sólo indirecta: la libertad comercial sólo puede afectar la aprobación de forma indirecta al afectar la percepción de cómo lidiar con la corrupción (variable X).

### **Proteccionismo económico, libertad comercial y corrupción**

¿Cuál es la lógica detrás de la relación entre el proteccionismo económico, la libertad comercial y la corrupción? Cuando el Estado y su aparato administrativo ejercen un control relativamente mayor sobre la economía, los funcionarios públicos toman decisiones que determinan quién disfrutará de acceso a los recursos y oportunidades económicas. En estas condiciones, el éxito económico depende menos de las actividades del mercado y más de la capacidad de influir en los funcionarios pertinentes. Así, el soborno, las extorsiones y las comisiones ilegales se convierten en medios viables para influir en la distribución de la riqueza (Sandholtz & Koetzle, 2000). Cuanto mayor sea el tamaño relativo y el alcance del sector público, mayor será la proporción de ciertos actos que cumplirán los criterios estándar de corrupción (Tanzi, 1994; Treisman, 2000). Por el contrario, cuando los resultados económicos son en gran medida producto de decisiones privadas (fuera del control estatal), el Estado no es visto como el dispensador crucial de recursos económicos. La apertura a las importaciones, y el toma y daca de la política democrática pueden limitar la corrupción. Por lo tanto, un alto nivel de libertad económica personal implica un control político reducido sobre las oportunidades económicas y menos incentivos para involucrarse y evidenciar señales de corrupción (Tanzi, 1994; Treisman, 2000).

Las políticas comerciales pueden tener un impacto significativo y sólido en las instituciones políticas; las políticas comerciales proteccionistas conducen a un aumento de la corrupción burocrática. La evidencia empírica revela que la lógica de la relación entre la libertad de comercio y la corrupción es la siguiente: la corrupción impide la inversión extranjera y nacional a largo plazo al aumentar los costos de transacción y la incertidumbre en una economía (Wei, 2000), asigna el talento, de manera ineficiente, a actividades de búsqueda de rentas, y distorsiona las prioridades sectoriales y las opciones tecnológicas (Gray & Kaufman, 1998). La corrupción empuja

a las empresas a la clandestinidad (fuera del sector formal), socava la capacidad del Estado para recaudar ingresos y distorsiona el gasto público (Mauro, 1998).

Lo opuesto a la libertad comercial, el proteccionismo económico, puede aumentar la corrupción. En presencia de regulaciones como requisitos de licencia, esta condición conduce a sobornos mayores. En Turquía (Jacoby, 2010), las regulaciones gubernamentales son generalizadas y dan lugar a rentas, que pueden adoptar la forma de soborno y corrupción. Ejemplos ilustran que cuando existen aranceles, hay un incentivo para que las empresas extranjeras (que sirven a la economía nacional a través de exportaciones) los evadan mediante el contrabando, ya sea abiertamente o en forma de cambios en la facturación. Ambos pueden manifestarse en forma de corrupción. Ese fue el caso de Indonesia (Robertson-Snape, 1999). Más específicamente, en América Latina la ausencia de libertad comercial puede fortalecer la corrupción de diversas maneras, como por ejemplo aumentando la propensión a pagar sobornos a los burócratas tanto por parte de las empresas nacionales como de las exportaciones extranjeras (Dutt, 2009). Gerring y Tacker (2005), encuentran una correlación fuerte (no perfecta) entre el comercio abierto, las políticas de inversión y cargas regulatorias bajas y efectivas, con niveles más bajos de corrupción política en países como los latinoamericanos.

## **Hipótesis**

El problema de la confusa relación entre el apoyo político y las percepciones de las señales vinculadas con la corrupción se puede resumir en esta pregunta: ¿es la opinión pública sobre la corrupción la causa o el efecto en su relación con el apoyo político? Más específico para este capítulo: ¿la percepción de los ciudadanos de ciertas señales relacionadas con la presencia de la corrupción es la causa o el efecto de la aprobación presidencial?

La percepción de corrupción socava las actitudes hacia las instituciones políticas, ya que sirve como señal de que las leyes no se administran de manera equitativa o justa y que los ciudadanos no tienen los mismos derechos y acceso a la arena pública. Investigaciones anteriores (Canache & Allison, 2005; Corral & Orcés, 2013), muestran que la opinión de los ciudadanos sobre la corrupción afecta la percepción de las autoridades y el desempeño institucional. La historia política es simple en la mente



de los ciudadanos en este contexto adverso: el Estado de derecho ha fracasado, lo que socava la fe de los ciudadanos en las instituciones políticas (Corral & Orcés, 2013).

La corrupción socava las instituciones políticas, especialmente cuando los bienes públicos son accesibles sólo para aquellos individuos que tienen los medios para pagar esos servicios (Tresiman, 2000). Los servicios se ofrecerán sólo si se pagan sobornos negando esos servicios a aquellos que son desfavorecidos, lo que en consecuencia resultará en “servicios desiguales y a menudo inferiores para muchos” (Seligson 2002, p. 415). La corrupción erosiona el núcleo de las instituciones políticas, como el poder ejecutivo (Sandholtz & Koetzle, 2000). Cuando surge la corrupción, los ciudadanos piensan que el presidente no tiene la competencia para abordar el problema o, peor aún, que el presidente está involucrado en corrupción. El apoyo de los ciudadanos a la democracia se ve dañado y la gente no aprueba al presidente (North 1990). Formulo la hipótesis uno de este capítulo de la siguiente manera:

H.1: La relación causal entre la opinión pública sobre la corrupción y la aprobación presidencial es la siguiente: la percepción de los ciudadanos de ciertas señales relacionadas con la presencia de la corrupción afecta la aprobación presidencial, no al revés.

A diferencia del H.1, en el que la dirección de causalidad de la relación entre la aprobación presidencial y la opinión pública sobre la corrupción va de la percepción de las señales de corrupción a la aprobación, un número creciente de estudios muestra que los ciudadanos que expresan apoyo político están predispuestos a evaluar positivamente la política del gobierno contra la corrupción (Anderson & Guillory, 1997; Anderson & Lo Tempio, 2002; Nadeau & Blais, 1993; Norris, 1999).

La razón fundamental de este enfoque es que las personas tienden a ver el mundo político de maneras consistentes con su predisposición política (Zaller, 1992). Los estudiosos de la opinión pública teorizan que los individuos utilizan heurísticas para filtrar y simplificar el análisis de la información que eligen recibir (Sniderman et al., 1991; Zaller, 1992). En este análisis centrado en la relación entre las percepciones de las señales informativas sobre la corrupción y la aprobación presidencial, la heurística más relevante probablemente sea el apoyo de los ciudadanos al presidente. Es probable que aquellos ciudadanos que expresan algún apoyo al Ejecutivo vean la corrupción de manera menos negativa que aquellos que no aprueban al presidente.

Los individuos interpretan la nueva información de manera que refuerce actitudes previamente mantenidas, aumentando así en lugar de atenuar las diferencias entre sus creencias y las de individuos con predisposiciones opuestas (Zaller, 1992). Si un ciudadano aprueba al presidente, su opinión será que el Ejecutivo hace un buen trabajo contra la corrupción, y ésta va disminuyendo; sin embargo, si este ciudadano no aprueba al Presidente, pensará que la lucha del Ejecutivo contra la corrupción es un fracaso. Así, la segunda hipótesis de este capítulo es:

H2: La relación causal entre la opinión pública sobre la corrupción y la aprobación es la siguiente: es la aprobación presidencial la que afecta la percepción de los ciudadanos de ciertas señales relacionadas con la presencia de la corrupción, no al revés.

## **Metodología**

Treinta y nueve de las cuarenta encuestas nacionales, de 1995 a 2018, en las que se basa este estudio fueron organizadas por dos firmas encuestadoras privadas, BGC Beltrán-Asociados, Parametría, y por la Oficina de la Presidencia de México (MOP), nombre de la encuestadora presidencial en México. LAPOP México organizó una encuesta de 2008.

Las cuarenta encuestas contienen entrevistas a hogares desde julio de 1995 hasta agosto de 2018 que cubren tres períodos de análisis contrastantes: el autoritarismo competitivo del régimen del PRI (nueve encuestas), 1995-2000; el período político de transición, 2000-2012 (quince encuestas), y el regreso del PRI, período posterior a la transición, 2012-2018 (dieciséis encuestas).

Se realiza un análisis, centrándose en la aprobación de los votantes al presidente antes, durante y después de la transición democrática. El estudio emplea una estimación de mínimos cuadrados en dos etapas (2SLS). La variable dependiente es la aprobación presidencial. “¿Aprueba la forma en que el presidente está desempeñando su trabajo?” Esto sigue la redacción de las preguntas comúnmente utilizadas en la política estadounidense y comparada. La Tabla 1 presenta tanto la operacionalización como la codificación de las variables.

**Cuadro 1**  
*Explicando la Aprobación Presidencial*

Concepto	Pregunta	Operacionalización	Correlación Esperada
<b>Variable Dependiente:</b>			
Aprobación presidencial	¿Usted aprueba la forma en que el presidente hace su trabajo?	(1) Desaprueba (2) Aprueba	
<b>Variables Independientes:</b>			
Señales de corrupción	A partir de las señales de corrupción que percibe, ¿cómo evaluaría usted la lucha contra la corrupción del presidente?	(1) Muy eficiente (2) Ni buena ni mala (3) Muy ineficiente	—
Señales de desempleo	A partir de las señales de desempleo que percibe...	Fue codificada como la variable previa	—
Visión sociotrópica retrospectiva	Comparada con el año pasado, ¿considera que la situación económica del país es ...?	(1) Peor (2) Igual (3) Mejor	+
Visión sociotrópica prospectiva	Considerando la situación económica actual, ¿piensa usted que la situación económica del próximo año será...?	(1) Peor (2) Igual (3) Mejor	+
Identificación partidista (cercanía con el partido del presidente)	¿Usted se considera <i>Panista, Priista or Perredista</i> ?	Variable dummy: (1) Si el votante se identifica con el partido del presidente; (0) Si no es el caso.	+
Sociodemográficas, indicadores: ingreso, educación, edad, género		De los valores más bajos a los más altos: las mujeres son el grupo referente en la variable género.	+ correlaciones positivas en cuanto al ingreso y la educación con la aprobación presidencial. No hay correlación esperada entre la edad y el género con la aprobación
Libertad de comercio (variable instrumental) desde 1995	Datos que provienen del índice de la Fundación Heritage ( <a href="http://www.heritage.org">www.heritage.org</a> )	Entre más alto es el valor, mayor libertad	Correlación negativa con las señales de corrupción: más libertad de comercio menos corrupción, (menor percepción ciudadana de las señales de corrupción)

*Nota.* la mayoría de los valores de las variables fueron recodificados

Incluí una serie de variables que me permiten controlar los diferentes factores que estudios previos han encontrado relacionados con la aprobación presidencial: características sociodemográficas, identificación partidaria, percepciones de la economía, evaluaciones de los ciudadanos sobre el desempeño del gobierno, es decir, desempleo (Kinder, 1981; Ostrom & Simon, 1985; Tedin, 1986).

El análisis realizado para el presente estudio mide la dirección en la relación de causalidad entre la percepción de lo que el ciudadano identifica como señales de la presencia de la corrupción, y la aprobación presidencial. El estudio examina esta relación utilizando como estrategia metodológica una variable instrumental, la libertad de comercio, en un análisis de regresión de mínimos cuadrados en dos etapas.

En la primera etapa, se hará una regresión de la percepción de los ciudadanos sobre la presencia de la corrupción (la variable dependiente en esta primera regresión) en todas las variables independientes (exógenas) del modelo original (percepción de la economía, identidad partidista y características sociodemográficas) más la variable clave instrumental, la variable “Z”, en este caso la libertad comercial. La variable Z está directamente relacionada, a la variable endógena sospechosa (la variable “X”, en este caso la percepción de lo que el ciudadano identifica como señales de la presencia de la corrupción) pero no a la variable dependiente de interés (la variable “Y”, en este caso la aprobación presidencial).

En una regresión de mínimos cuadrados en dos etapas, los residuos estimados de la primera regresión se definen para formar una “variable residual” que se agrega al modelo para explicar la variable “Y” en una regresión de segunda etapa (Anderson & Tverdova, 2003).

Al realizar una prueba de exogeneidad de dos pasos, las pruebas de Hausman y Durbin pueden servir para ver si el problema de endogeneidad se ha superado o no. Las hipótesis nulas de las pruebas de Durbin y Hausman son que la variable considerada (X) puede tratarse como exógena (no correlacionada con la variable Y) (Stata 2019). Si la prueba de Durbin o la de Hausman es estadísticamente significativa, el análisis rechaza la hipótesis nula, el supuesto que la variable considerada (X) puede tratarse como exógena. Por lo tanto, la variable instrumental Z no ha solucionado el problema y el análisis debe continuar tratando la variable bajo consideración (X) como endógena (correlacionada con la variable Y). Por el contrario, si las pruebas

de Durbin y Hausman no son estadísticamente significativas, el estudio no puede rechazar la hipótesis nula, el supuesto de que la variable considerada (X) puede ser tratada como exógena. La variable instrumental Z ya ha solucionado el problema, por lo que la variable en cuestión (X) puede considerarse exógena. Y se cuenta con un instrumento eficiente.

Este capítulo utiliza como variable instrumental la libertad de comercio. Esta variable cubre los dos requisitos mencionados anteriormente en la revisión de la literatura. El primer requisito: la variable Z debe estar altamente correlacionada con la variable independiente endógena X. Varios estudios han encontrado un alto grado de correlación entre corrupción y falta de libertad comercial (Sandholtz & Koetzle, 2000; Tanzi 1994; Treisman, 2000). El razonamiento es el siguiente: cuando el Estado y su aparato administrativo ejercen un control relativamente mayor sobre la economía, los funcionarios públicos toman decisiones que determinan quién disfrutará de acceso a los recursos y oportunidades económicas. En estas condiciones, el éxito económico depende menos de las actividades del mercado y más de la capacidad de influir en los funcionarios pertinentes. Así, el soborno, las extorsiones y las comisiones ilegales se convierten en medios viables para influir en la distribución de la riqueza (Sandholtz & Koetzle, 2000). Cuanto mayor sea el tamaño relativo y el alcance del sector público, mayor será la proporción de ciertos actos que cumplirán los criterios estándar de corrupción (Tanzi, 1994; Treisman, 2000). Por el contrario, cuando los resultados económicos son en gran medida producto de decisiones privadas (fuera del control estatal), el Estado no será visto como el dispensador crucial de recursos económicos. La apertura a las importaciones y el toma y daca de la política democrática pueden limitar la corrupción. Por lo tanto, un alto nivel de libertad económica personal implica un control político reducido sobre las oportunidades económicas y menos incentivos para involucrarse en la corrupción (Tanzi 1994; Treisman 2000).

El segundo requisito: la variable Z no debe influir directamente en la variable dependiente Y; se asume que la libertad comercial es exógena a la aprobación presidencial. Si la libertad comercial afecta la aprobación, estos efectos no podrían ser efectos directos sobre la aprobación presidencial; más bien, la libertad comercial sólo puede afectar la evaluación que los ciudadanos hacen del Ejecutivo de forma indirecta, al afectar la percepción de las señales que se vinculan con la corrupción.

## Resultados

Los resultados del Cuadro 2 ofrecen evidencia empírica para examinar el problema de causalidad en el análisis utilizando la variable Libertad de comercio como variable instrumental. Los resultados de la primera regresión de mínimos cuadrados en el Modelo 1 del Cuadro 2 demuestran, como también lo muestra la literatura (Sandholtz & Gray, 2003; Treisman, 2007), que la variable Libertad de comercio afecta la variación de la variable Señales de corrupción en la dirección esperada con un nivel de confianza de 99 %. Esto significa: más libertad comercial, menos percepciones (una visión negativa) de la presencia de señales de corrupción.

El análisis también muestra otros hallazgos relevantes del Modelo 1: como esperaba, el partidismo y las opiniones positivas de la economía (prospectiva socio-trópica y retrospectiva) tienen efectos negativos en las señales de corrupción, con un nivel de confianza de 99 %. Los ciudadanos que se identifican con el partido del presidente o creen que la economía mejora tienen menos probabilidades de pensar que las señales de corrupción aumentan. En contraste, la variable señales de desempleo tiene un efecto positivo en la percepción de señales de corrupción. Los ciudadanos, quienes creen que hay más señales de desempleo, son, en general, los mismos que consideran que hay más señales de corrupción.

En el Modelo 2, el análisis muestra que la variable explicativa clave, es decir, las señales de corrupción, tiene efectos fuertes y significativos sobre la aprobación del presidente.

Más importante aún, los resultados de las pruebas de Durbin y Hausman demuestran que la dirección de la relación de causalidad entre las percepciones de las señales de corrupción y la aprobación presidencial va de la primera a la segunda, y no en la dirección opuesta. La relación causal entre la opinión pública sobre la percepción de las señales de corrupción y la aprobación presidencial es la que predice la H.1: la percepción de los ciudadanos sobre las señales de la corrupción afecta la aprobación presidencial, y no al revés como predice la H.2. La  $H_0$  de las pruebas de Durbin y Hausman utilizadas en el análisis es que la variable bajo consideración ( $X$ ), la percepción ciudadana sobre las señales de corrupción puede tratarse como exógena (Stata 2019). Las pruebas de Durbin y Hausman no son estadísticamente significativas; por lo tanto, el análisis no puede rechazar la hipótesis nula, el supuesto de que la

percepción ciudadana sobre las señales de corrupción puede ser tratada como exógena. Otros hallazgos relevantes del Modelo 2: las variables control son significativas y afectan la aprobación presidencial en la dirección esperada. El partidismo y las visiones sociotrópicas de la economía aumentan la aprobación. Por el contrario, la percepción ciudadana sobre las señales de desempleo disminuye el apoyo al presidente.

## Cuadro 2

*Determinantes de la Aprobación Presidencial 1995-2018, Usando una variable Instrumental. Modelos de Mínimos Cuadrados de Dos Etapas*

	M1= Regresión de la primera etapa (VD= Señales de corrupción)	M2 = Regresión de la segunda etapa (VD= Aprobación presidencial)
<b>Variable Instrumental: la Libertad de comercio</b>	- .003*** (.0004)	
<b>Señales de corrupción</b>		-.18** (.08)
<b>Identificación partidista</b>	-.14*** (.01)	.20*** (.01)
<b>Señales de desempleo</b>	.40*** (.006)	-.06** (.03)
<b>Visión sociotrópica prospectiva</b>	-.11*** (.006)	.07*** (.009)
<b>Visión sociotrópica retropectiva</b>	-.10*** (.006)	.07*** (.009)
<b>Ingreso</b>	.009 (.005)	-.001 (.003)
<b>Edu</b>	.03*** (.005)	-.02*** (.004)
<b>Age</b>	.01*** (.004)	-.001 (.003)
<b>Male</b>	.006 (.008)	-.02*** (.005)
<b>Durbin Test</b>		.13 (P =.71)
<b>Hausman Test</b>		.13 (P =.71)
<b>Constant</b>	1.61*** (.04)	.92*** (.11)
<b>N</b>	23,997	23,997
<b>R<sub>2</sub></b>	.72	.72

*Nota.* Errores estándar robustecidos entre paréntesis. \*p<.10. \*\*p<.05. \*\*\*p<.01. La variable dependiente para el modelo 1 es la percepción ciudadana sobre las señales de corrupción; para el modelo 2 es la aprobación presidencial. Se incluyen variables dummy de los años, excepto uno, en la estimación de los modelos (no mostrados). Fuente: MOP, BGC Beltrán y Asociados, Parametría y LAPOP 2008.

## Conclusiones

Al comienzo de este capítulo, el análisis expresó una preocupación metodológica particular: ¿Son las señales de información vinculadas con la corrupción lo que determina su percepción sobre el trabajo del presidente? ¿O son las señales de información que el ciudadano posee sobre el presidente lo que determina su percepción sobre el estado que guarda la corrupción? La mayoría de los académicos asumen, sin reservas, que la opinión pública sobre las señales de corrupción determina el apoyo de la gente a las instituciones y líderes políticos, como en este caso del presidente. Ignoran que lo contrario puede ser cierto.

Este capítulo ha abordado el problema metodológico de una relación de endogeneidad entre la aprobación presidencial (variable Y) y la percepción de los ciudadanos sobre las señales de corrupción (variable X). Se ha usado como estrategia el empleo de una variable instrumental, la libertad comercial (variable Z), a través de un análisis de regresión de mínimos cuadrados de dos etapas. Una variable instrumental eficiente (la variable Z) debe cumplir con dos requisitos: (1) estar altamente correlacionada con la variable independiente endógena (X) a la que reemplaza, y (2) Z no debería influir directamente en la variable dependiente (Y) (Treisman, 2000).

En cuanto al primer requisito, ése es el caso de la libertad comercial (Z), que está altamente correlacionada con la variable endógena independiente, la percepción del ciudadano sobre las señales de corrupción (X). Varios estudios han encontrado un alto grado de correlación entre la corrupción (variable X en este análisis) y la falta de libertad comercial (variable Z de este estudio) (Sandholtz y Koetzle, 2000; Tanzi, 1994; Treisman, 2000). En relación con el segundo requisito, si la libertad comercial (variable Z) pudiera afectar la aprobación presidencial (variable y), la relación entre ambas variables debería ser sólo indirecta: la libertad comercial (Z) sólo puede afectar la aprobación (Y) de forma indirecta al afectar la percepción sobre las señales de corrupción (X).

La evidencia empírica utilizada aquí revela que como H.1. predice (y en detrimento de H.2.): es la percepción de los ciudadanos de ciertas señales sobre la presencia de la corrupción lo que afecta la aprobación presidencial, no al revés. Más importante aún, los resultados de las pruebas de Durbin y Hausman demuestran que la dirección de la relación de causalidad entre las percepciones sobre las señales de



corrupción y la aprobación presidencial va de la primera a la segunda, y no en la dirección opuesta.

## Referencias

- Anderson, C. J., & C. A. Guillory. (1997). Political Institutions and Satisfaction with Democracy: A Cross-National Analysis of Consensus and Majoritarian Systems. *American Political Science Review*, 91(1), 66-82.
- Anderson, C. J., & Lo Tempio, A. J. (2002). Wining, Losing, and Political Trust in America. *British Journal of Political Science*, 32(2), 335-351.
- Anderson, C., & Y. Tverdova. (2003). Corruption, Political Allegiances and Attitudes toward Government in Contemporary Democracies. *American Journal of Political Science*, 47(1), 91-109.
- Baum, C. (2006). *An Introduction to Modern Econometrics Using Stata*. Stata Press.
- Baum, M. (2003). *Soft News Goes to War*. Princeton University Press.
- Bohn, S. R. (2012). Corruption in Latin America: Understanding the Perception-Exposure Gap. *Journal of Politics in Latin America*, 4(3), 67-95.
- Bratton, M. y M. Coulibaly (2002). Popular View of the Legitimacy of the State in Mali. *Canadian Journal of African Studies*, 36(2), 197-238.
- Canache, D., & M. E. Allison. (2005). Perceptions of Political Corruption in Latin American Democracies. *Latin American Politics and Society*, 47(3), 91-111,
- Cheung, C., & K. Leung. (2007). "Enhancing Life Satisfaction by Government Accountability in China. *Social Indicators Research*, 82(3), 411-432.

- Clausen, B., Kraay, A., & Nyiri, Z. (2011). Corruption and Confidence in Public Institutions: Evidence from a Global Survey. *The World Bank Economic Review*, 25(2), 212-249
- Corral, M., & D. Orcés. (2013). Economic Development, Corruption and Satisfaction with Democracy across the Americas: A Comparative Multilevel Analysis. (Cuaderno de trabajo) Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca.
- Dutt, P. (2009). Trade Protection and Bureaucratic Corruption: an Empirical Investigation. *Canadian Journal of Economics*, 42(1), 155-183.
- Gerring, J. y S. C. Thacker. (2005). Do Neoliberal Policies Deter Political Corruption? *International Organization*. Vol. 59 (1), 233-254.
- Gray, C., & D. Kaufman. (1998). Corruption and Development. *Finance and Development*, 35, 7 -10.
- Hamilton, J. (2004). *All the News That's Fit to Sell*. Princeton University Press.
- Hiskey, J. T., & M. A. Seligson. (2003). Pitfalls of Power to the People: Decentralization, Local Government Performance, and System Support in Bolivia. *Studies in Comparative International Development*, 37(4), 64-88.
- Iyengar, S., & D. R. Kinder. (1987). *News that Matters*. Prensa de la Universidad de Chicago
- Jacoby, T. (2010). Turkey and Europe: Culture, Capital, and Corruption. *Review of International Studies*, 36(3), 663-684.
- Kotzian, P. (2010). Public Support for Liberal Democracy. *International Political Science Review*, 32(1), 23-41.

- Lavallee, E., Razafindrakoto, M., & Roubaud, F. (2008). Corruption and Trust in Political Institutions in Sub-Sahara Africa. *Document de Travail*.
- Mauro, P. (1998). Corruption and Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 60, 681-712.
- Mishler, W., & R. Rose. (2001). What Are the Origins of Political Trust? *Comparative Political Studies*, 34(1), 30-62
- Nadeau, R., & A. Blais. (1993). Accepting the Election Outcome: The Effect of Participation on Losers' Consent. *British Journal of Political Science*, 23(4), 553-563.
- Norris, P. (1999). *Critical Citizens: Global Support for Democratic Government*. Prensa Universidad de Oxford.
- North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- Paterson, L., & H Goldstein. (1991). New Statistical Methods for Analyzing Social Structures: An Introduction to Multilevel Models. *British Educational Research Journal*, 17(4), 387-393.
- Robertson-Snape, F. (1999). Corruption, Collusion and Nepotism in Indonesia. *Third World Quarterly Journal*, 20(3), 589-602.
- Sandholtz, W., & W. Koetzle (2000). Corruption: Economic Structure, Democracy, and Trade. *International Studies Quarterly*, 44(1), 31-50
- Seligson, M. A. (2002). The Impact of Corruption on Regime Legitimacy: A comparative Study of Four Latin American Countries. *Journal of Politics*, 64(2), 408-433

- Sniderman, P. M., Brody, R. A., & P. Tetlock. (1991). *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*. Prensa de la Universidad Cambridge.
- Stata. (2019). *Stata User's Guide Release 13*. Stata Press.
- Tanzi, V. (1994). *Corruption, Government Activities, and Markets. Cuaderno de trabajo*. Fondo Monetario Internacional.
- Treisman, D. (2000). The Causes of Corruption: A Cross National Study. *Journal of Public Economic*, 76(3), 399-457.
- Weitz-Shapiro, R. (2008). "The Local Connection: Local Government Performance and Satisfaction with Democracy in Argentina. *Comparative Political Studies*, 41(3), 285-308.
- Wells, J., & J. Kriekhaus. (2006). Does National Context Influence Democratic Satisfaction? A Multi-Level Analysis. *Political Research Quarterly*, 59(4), 569-578.
- Wei, S. (2000). "How Taxing Is Corruption on International Investors. *Review of Economics and Statistics*, 82, 1-11.
- Zaller, J. (1992). *The Nature and Origen of Mass Opinion*. Prensa de la Universidad de Cambridge.

## **NARRATIVAS QUE HACEN HASHTAGS COMO FORMAS DE CONTESTACIÓN DE LAS MOVILIZACIONES TECNOLÓGICAS FEMINISTAS EN MÉXICO**

Stephanie Scarlen Morón Terrazas  
[stephanie.moron.terrazas@tec.mx](mailto:stephanie.moron.terrazas@tec.mx)

Tecnológico de Monterrey  
Universidad Iberoamericana Ciudad de México

Dentro de las protestas sociales marcadas por la indignación generalizada, surgió la ola global de los feminismos en red. Denominado también como el “devenir feminista de las multitudes conectadas” (Rovira-Sancho, 2018) cuya demanda principal es la exigencia del respeto por la vida de las mujeres visibilizando el gran problema de violencia de género y feminicidios. La característica principal de esta ola de feminismos en red, es el desarrollo de una “política de prefiguración” de carácter feministizante a partir de la presencia física en las calles y, mediante la protesta digital a través de los hashtags, donde “lo personal y digital es lo político” en oposición a los modos de actuar de la “política de organización”, con una inclinación más ideológica, unitaria y orientada a fines específicos. Dentro de este contexto, en los últimos años a partir de 2015 con la explosión de “Ni Una Menos” en Argentina y el 2016 con la “Primavera Violeta” en México, las movilizaciones feministas latinoamericanas han ido adquiriendo mayor importancia, fuerza y visibilidad en la región. Esto ocurrió debido a un fortalecimiento en las convocatorias a través del uso y reproducción de múltiples hashtags en redes sociales.

Este tipo de movilizaciones permiten novedosas formas de organización propias a través del uso de las redes sociales digitales donde se logra una lucha colectiva que fortalece a las protestas y debates feministas, dando como resultado una forma de estructura más orgánica. Otra característica que permiten estas plataformas a pesar de su falta de neutralidad debido a su estructura tecnológica y algorítmica, es la construcción

de narrativas alternativas y contestatarias a partir del uso de hashtags relacionados con demandas y problemáticas que afectan a las mujeres. Aquí encontramos las etiquetas como #NiUnaMenos; #MiPrimerAcoso; #YoSiTeCreo; #AbortoLegalYa, entre otros, combinando nuevas formas de manifestación con mecanismos de comunicación propios de una generación tecnológica que aprovecha la potencialidad que otorga el uso de plataformas en el debate digital.

Entendiendo a los hashtags como elementos sociotécnicos (Van Dijck, 2013) los cuales además de agrupar ciertos mensajes desde el uso tecnológico, tienen la capacidad de representar comunidades, discursos o formaciones sociopolíticas. Estas fueron de gran utilidad para darle un nuevo sentido a la protesta feminista gracias al replanteamiento del problema de las violencias de género a través de una rápida expansión por todo el continente y por el crecimiento exponencial del uso de redes sociales para el debate político a consecuencia de la pandemia por COVID-19 como forma de auto cuidado para evitar el contagio masivo, otorgando posibilidades para realizar un activismo tecnopolítico en calles y redes simultáneamente.

## **Fundamentación Teórica**

### ***Subjetivación Política Feminista***

Cuando hablamos de subjetividad, nos referimos a la experiencia personal de un individuo que incluye sus pensamientos, creencias y percepciones sobre la vida, es mediante esta dimensión subjetiva de la conciencia que cada persona es única. Ahora bien, cuando hablamos de subjetivación, nos referimos al proceso a través del cual un individuo se constituye como sujeto social y político, pero esto no es algo dado inherentemente puesto que se construye mediante procesos sociales, culturales y políticos donde se deben considerar elementos como la raza, la clase, la sexualidad y las creencias ideológicas.

La subjetivación política se refiere al proceso mediante el cual los individuos construyen su identidad política y crean una conciencia de sí mismos como actores políticos a partir de experiencias individuales que posteriormente generan movilizaciones y protestas colectivas, así como el cuestionamiento a las relaciones de poder y las estructuras sociales. No obstante, ese cuestionamiento surge a partir

de la implementación de la agencia y resistencia, convirtiendo a los sujetos políticos en personas que pueden dejar de ser víctimas pasivas de la dominación.

La idea de agencia es un concepto clave en la teoría feminista; sin embargo, a pesar de esta centralidad, su significado es ampliamente cuestionado. En un sentido inmediato, la agencia parece ser una idea sencilla que denota la capacidad de los individuos para tener algún tipo de efecto o impacto transformador en el mundo. Pero esta aparente simplicidad se ve desmentida por el hecho de que, si bien la agencia es una capacidad universal, se realiza socialmente de manera variable y desigual: significa cosas diferentes según el contexto cultural y algunos individuos y grupos claramente tienen más agencia que otros. En otras palabras, la agencia es inseparable del análisis del poder y, por lo tanto, no es tanto una cosa en sí misma, sino un vehículo para pensar en cuestiones más amplias, como la naturaleza de la libertad y la restricción. (McNay, 2016, p. 39)

De esta manera, hablar sobre la agencia desde la teoría feminista es complejo, porque si bien algunas autoras respaldan la agencia a través de ciertos modos de acción para la emancipación de las mujeres, a menudo se consideran problemáticas debido a los supuestos esencialistas sobre la naturaleza de la femineidad que los sustentan. Además, se debe tener en cuenta que algunas personas tienen indudablemente “más” agencia que otras, por ejemplo, históricamente los hombres han tenido más agencia que las mujeres, las y los niños y las personas con diversidades sexuales quienes escapan de la norma de la heterosexualidad.

McNay (2016) plantea la “agencia como trascendencia” (p. 41) que tiene una mayor importancia social a partir de una perspectiva situada y por tanto femenina que intenta no caer en teorías voluntaristas que describen al sujeto universal desde una mirada masculina. Más bien, se trata de plantear una agencia que tenga en cuenta las acciones de las mujeres considerando múltiples contextos a partir de experiencias de la vida cotidiana. En este sentido, el planteamiento de la subjetividad desde el feminismo está basada en una “alteridad resiliente, mediante el reconocimiento de momentos donde las debilidades estructurales se hacen visibles” (Smith, 2016), por lo que en etapas de crisis sociales e históricas surgen grandes oportunidades donde los sujetos pueden plasmar su disidencia, mediante el surgimiento de movimientos sociales democráticos.

Cuando las mujeres se hacen conscientes del problema de las violencias de género que muchas veces viven en ámbitos privados como el hogar, donde son capaces de desarrollar un agenciamiento social activo a partir de las actividades cotidianas y domésticas como lo señala McNay (2016) que da como resultado un proceso de subjetivación política feminista mediante “momentos de debilidades estructurales” (Smith, 2016). Esta última idea está relacionada con los acontecimientos aumentados o disruptivos que son el parteaguas de los procesos tecnopolíticos que causan el momento decisivo para que los sujetos políticos hagan uso de su agencia.

### *Narrativas de contestación*

Las narrativas de contestación son irrupciones que desobedecen el canon moderno que se atribuye a las revueltas, que han venido a desestabilizar el monopolio de la representación de lo real, disputando mediante la “tecnopolítica” el poder de hacer – ver, hacer – creer de las narrativas dominantes que anulan o dificultan las posibilidades de auto representación para los ciudadanos y lo que es más importante: a través de este sistema “multicapas” “obligan” a los medios convencionales a incorporar asuntos, temas e informaciones que transitan de la red a la calle y viceversa. En este nuevo esquema, los actores movilizados se resisten a ser la `voz en off`, para convertirse en autores, en productores de lo que llamo narrativas de contestación. (Reguillo, 2017, p. 123)

De esta forma se puede entender al concepto de “narrativas de contestación” como el conjunto de relatos o discursos que se utilizan para desafiar y resistir las estructuras de poder establecidas. Estas narrativas se construyen con el propósito de cuestionar, subvertir o transformar las normas, valores y prácticas dominantes en una sociedad o contexto determinado. Este concepto es usado en los estudios culturales de la Comunicación, los estudios de género, la sociología, los estudios poscoloniales y la Teoría Crítica.

Las narrativas de contestación y la subjetivación política están estrechamente relacionadas en el contexto de las diversas movilizaciones políticas. Aquí, juegan un papel fundamental en este proceso de desanclaje o des-identificación debido a que a través de estas narrativas, los sujetos construyen una comprensión compartida de las injusticias y opresiones existentes, se articulan demandas y se movilizan emociones y afectos.



De esta forma, estas narrativas de contestación permiten a los individuos convertirse en *nuevos sujetos políticos* para formar una colectividad que los identifique con una causa política, además del desarrollo de una conciencia crítica y la búsqueda de un cambio social, se puede observar la tensión entre narrativas dominantes (que sirven para silenciar o invisibilizar historias que no encajan o salen de la norma) y las narrativas contra-hegemónicas donde se acentúa la exposición y la creación de imaginarios y prácticas liberadoras. De esta forma, la idea de los marcos narrativos permite reconocer la agencia de grupos “minoritarios” o en desventaja, al ser un mecanismo de creación de narrativas alternativas. Este potencial de subversión y transformación de las narrativas hace de esta perspectiva de investigación un lugar significativo para ser pensado desde el feminismo (Elliott, 2005).

A partir de un enfoque feminista, el estudio de las narrativas adquieren una visión crítica mediante una construcción de significado de la sucesión de hechos que llevan a muchas mujeres a adquirir una nueva forma de ver la realidad, para hacer frente al dominio del sistema patriarcal en diversos ámbitos. De esta manera, el activismo feminista hace resonar la voz de muchas mujeres que si bien cada una tiene una historia personal, son capaces también de crear una narrativa de movilización y lucha conjunta.

### ***Tecnopolítica Feminista***

La tecnopolítica es un concepto que surge en el año 2013, para explicar el uso de la tecnología para fines políticos. En este sentido podemos definirla como “un conjunto de nodos heterogéneos, con altos índices de conectividad, dentro de una estructura abierta y policéntrica, cuya particularidad se centra en la participación de “multitudes conectadas” a través de dispositivos electrónicos en torno a objetivos concretos donde están inmersos elementos como las emociones, lenguaje, comportamientos, tiempo y espacio” (Toret et al., 2013).

Las multitudes conectadas emergen a través de acontecimientos aumentados que dan lugar al sistema – red (como fue el caso del feminicidio de Chiara Páez, que dio lugar a las movilizaciones con la consigna #NiUnaMenos), las cuales se vuelven virales, haciendo referencia al juego performativo entre “las capas físicas y digitales de un suceso que se extiende gracias a la posibilidad de: pre - vivirlo, vivirlo y

post – vivirlo tanto en las redes como en las calles, es así que la tecnopolítica va más allá del ciberactivismo. Por ello, proponemos la noción de tecnopolítica como uso táctico y estratégico de las herramientas digitales para la organización, comunicación y acción colectiva como concepto clave para entenderlas” (Toret et al., 2013, p. 20).

En este sentido, la tecnopolítica se relaciona con el feminismo a partir de la experiencia de “un devenir feminista y hacker de la acción colectiva que es simultáneamente *in situ* y *online*” (Rovira-Sancho, 2018, p. 223). Partiendo de esta idea, se define a la tecnopolítica feminista como un proceso donde las mujeres usan la tecnología de las redes socio digitales con fines políticos, para generar conexiones estratégicas que permitan transformar las relaciones de poder dentro de la estructura patriarcal, mediante la visibilización de problemas relativos al género, como las violencias machistas.

Teniendo en cuenta que la tecnopolítica feminista es una continuación de la apropiación tecnológica a través de la politización de la vida cotidiana de las mujeres, que empezó con el ciberfeminismo de la década de los noventas, Boix (2015) señala que “los feminismos están relacionados con la forma rizomática de nodos autónomos pero interconectados, con intereses específicos marcados por las diversas agendas, pero compartiendo valores y principios comunes para lograr tener masa crítica que incorpore la lucha contra el patriarcado a las nuevas dinámicas de cambio que se están generando en todo el planeta” (p. 8).

También se considera que parte de la construcción de la tecnopolítica feminista “está en el *aprendizaje en red (networked learning)*” (Pedraza & Rodríguez, 2019, p. 87) como práctica social donde la mediación tecnológica permite conectar las habilidades, conocimientos y experiencias de múltiples sujetos para orientarlos a la construcción de otras formas de participación política. Por este motivo, la tecnopolítica feminista toma bases del ciberfeminismo en el sentido de la apropiación tecnológica y el aprendizaje con una visión de género y un potencial subversivo desde manifestaciones *online* en redes sociales con el uso de *hashtags* que vinculan la idea de “lo personal es político” (Millet, 1970) con las protestas, paro de labores, intervenciones performáticas mediante la actuación, la danza, el grafiti, entre otras, que logran crear narrativas específicas que despiertan una conciencia política en las mujeres.

Otro punto importante de los procesos tecnopolíticos feministas es que su accionar no está sujeto a los mismos objetivos, demandas y temáticas puesto que, no podemos hablar de un solo feminismo ni de una identidad única. Esto, ya que los distintos feminismos crean identidades a través de sus experiencias situadas, teniendo en cuenta el valor de la interseccionalidad (Crenshaw, 1991), en este sentido, se puede afirmar que las luchas propias de la tecnopolítica feminista son:

Contiendas multicampo superpuestas, longitudinales, intertextuales e interconectadas. Consideramos que estas contiendas están superpuestas porque nunca existe una sola a la vez; son longitudinales porque se retoman del continuum de manifestaciones ocurridas en diferentes momentos a lo largo de la historia reciente; son intertextuales a partir de las posiciones discursivas de los diferentes actores involucrados; están interconectadas porque refieren a la lucha feminista en general y suelen acompañarse en un sentido de reivindicación política múltiple y aglutinada. (Portillo et al., 2022, p. 17)

En este sentido, los autores encontraron que en su análisis de las protestas sociodigitales por el Día Internacional de la Mujer 2021, se presentaron tres escenarios de confrontación temáticas: *legislativo*, *político electoral* y *espacio público*, permitiendo la creación y el uso de distintos *hashtags* durante la jornada como #LeyOlimpia; #UnVioladorNoSeráGobernador y #TomaLasCallesNoCalles.

Cabe aclarar que esta diversidad de temáticas responde a múltiples posicionamientos discursivos los cuales constituyen un conjunto de mensajes que convocan a las movilizaciones feministas, pero que a la vez narran y denuncian distintos tipos de violencias formando el sentido de movilizaciones tecnopolíticas feministas en calles y redes.

## **Metodología**

El análisis se realizó dentro del espacio digital de Twitter en su última etapa (antes del cambio a X) a partir de un estudio de 30,000 *hashtags* mediante el criterio de búsqueda: #8M2021, #8M2022 y #8M2023. Se planteó una metodología según las propuestas del Feminismo de Datos (D'Ignazio & Klein, 2020) y los Métodos Digitales (Rogers, 2023), se utilizaron una serie de técnicas digitales de análisis

textual el estudio de *hashtags*, donde se obtuvo varias visualizaciones como cálculo de frecuencias, nubes de palabras y análisis de redes sociales.

Las bases de datos descargadas corresponden a la última temporada de Twitter<sup>1</sup> como lo conocíamos. Creada en 2006 con la finalidad de convertirse en un aplicación de *microblogging*<sup>2</sup>, produjo una forma de comunicación propia o vernácula, donde “tuítear” ha cobrado muchos significados que van desde enviar un mensaje espontáneo a una persona, hasta la creación de flujos de opinión masivas en tiempo real, mediante el uso de *hashtags* y el posteo de imágenes, gifs y memes que acompañan al mensaje escrito.

Debido a las modificaciones por las que está pasando actualmente esta aplicación, incluido el cambio de nombre, vale la pena mencionar que la construcción, el desarrollo y el marco metodológico de esta investigación se posiciona entendiendo a Twitter como una red social que propició durante muchos años las movilizaciones políticas mediante el uso estratégico de las redes sociales en la última década. En ella, encontramos varios ejemplos como el movimiento #15M; #YoSoy132; #MeToo; #BlacksLivesMatter, entre otros.

Para estudiar a estos nuevos movimientos en red a partir de la tecnopolítica, teniendo en cuenta la formación de un sistema red de nodos que reúnen un sinfín de subjetividades insurrectas dando lugar a narrativas de contestación, la metodología empleada en los últimos años ha estado sustentada a través de la idea de “seguir al objeto de estudio”. Lo entiende como algo vivo y performativo, que va adquiriendo distintas formas a partir de las expresiones y efectos digitales, que cada cierta fecha o momento clave construye nuevas maneras para estudiar prácticas sociales, por lo que la recolección de datos y el trabajo de campo a partir de técnicas digitales van construyendo su validez y pertinencia al mismo tiempo que la teoría.

- 
1. El 23 de julio de 2023 la plataforma Twitter sufrió el cambio más grande desde su creación en 2006, Elon Musk (su actual y último dueño) decidió cambiarle el nombre a X, cambiando también su modelo de interfaz y la posibilidad de hacer investigación debido a la privatización de las API. Esto significa una nueva historia para el uso de la plataforma y para las futuras investigaciones a partir de julio de 2023.
  2. También conocido como nanoblogueo, es una forma de comunicación que permite enviar mensajes de texto cortos de máximo 140 caracteres mediante plataformas creadas para esta función. Los micro blogs suman cuatro conceptos para su funcionamiento: blog, mensajería instantánea, SMS y red social. Twitter es el mejor ejemplo de microblogging, permite a los usuarios escribir textos de 280 caracteres (antes 140).

Bajo esta lógica y entendiendo que el *hashtag* tiene una dimensión socio-técnica (Van Dijck, 2013), los Métodos Digitales están diseñados para estudiar tanto la parte tecnológica de la plataforma (de lo que fue Twitter en este caso), como la parte social, dando sentido a las narrativas de contestación que crean las mujeres a través de etiquetas, las cuales son el resultado de una subjetivación política insurrecta. El estudio de *hashtags* se torna fundamental para entender estas expresiones propias de la tecnopolítica feminista, catalogado dentro de los novísimos movimientos sociales, los cuales hacen uso de las tecnologías y la protesta política de manera estratégica.

Por esta razón, aunque los Métodos Digitales están asociados a un enfoque cuantitativo por la extracción, procesamiento y la visualización de gran cantidad de datos a través de un software, también se requiere de modelos reflexivos e interpretativos (Omena et al., 2019). En este sentido, los datos cobran gran importancia puesto que son un desafío para los investigadores debido a que se presentan como un corpus no representativo.

Es decir que los datos descargados que vienen de las mismas redes sociales están sujetas al software que se utiliza para tal fin, por lo que en muchos casos las muestras no son elegidas en términos de cantidad e incluso de geolocalización de lugares, esto depende de los tipos de licencias que el investigador tiene para el acceso a la descarga de datos, es decir si se utiliza un software de paga o gratuito. El hecho de sacar resultados a partir del análisis de grandes cantidades de datos extraídos de Twitter no significa que esta investigación plantea un determinismo tecnológico, por el contrario, al ser una tesis que intenta hacer visibles las narrativas de contestación antihegemónicas y las subjetividades políticas insurrectas a partir de las protestas feministas en la Ciudad de México, se fusionó el planteamiento de los Métodos Digitales con el Feminismo de Datos, con el objetivo de estudiar críticamente y a partir de un punto de vista feminista e interseccional estas huellas digitales mediante los *hashtags* usados el ocho de marzo.

El gran aporte del Feminismo de Datos dentro de las metodologías de investigación digitales, está centrado en el planteamiento que hacen las autoras Catherine D'Ignazio & Lauren Klein (2020) a partir de la "*auditoría de algoritmos*", que se utiliza cada vez más en el periodismo y en la investigación académica para mostrar cómo se distribuyen diferencialmente los daños y beneficios de los sistemas

automatizados. Al proporcionar pruebas de cómo el racismo y el sexismo, entre otras opresiones, crean resultados desiguales entre los grupos sociales, el análisis de datos es una estrategia poderosa para desafiar el poder y trabajar por la justicia” (párr. 6).

El desafío al poder hegemónico y patriarcal hacia las instituciones, a partir de una visión feminista interseccional juega un rol importante a la hora de descargar y recopilar bases de datos. Según esta propuesta metodológica, “el motivo principal para usar los datos es impulsar, y hasta en algunos casos obligar, a que los poderosos tomen medidas que hagan posible un cambio social, no obstante, este accionar debe estar acompañado con herramientas de participación comunitaria, organización política y activismo” (D’Ignazio & Klein, 2020, párr.9).

Teniendo en cuenta estos postulados, en esta investigación se adaptó el “Feminismo de Datos” con el objetivo de analizar la base de datos de treinta mil tuits (ahora renombrado base de contra – datos) para visibilizar las narrativas de contestación feministas usando el mismo medio siendo la fuente principal que agrupa estas narrativas. Si bien, esta metodología podría resultar contradictoria a primera vista por el hecho que una plataforma privativa inmersa en una lógica algorítmica como Twitter, que usa los datos personales de los usuarios para la segmentación de contenido y publicidad personalizada, se intentó darle otro giro a partir de un enfoque crítico en el análisis de datos mediante una perspectiva feminista. Esto resaltó la importancia de estas narrativas alternativas, las cuales forman parte importante de la participación política de las mujeres jóvenes en México y América Latina.

Otro punto interesante que permitió esta metodología además de la visibilización de estas narrativas, fue la apropiación y el ejercicio de “dominar” de cierta manera a los algoritmos dentro de Twitter, partiendo del mismo problema de investigación que está basado en las barreras que sufre el activismo feminista en espacios privados como las redes sociales comerciales y la falta de datos sobre casos de feminicidios y otros tipos de violencia a partir de las experiencias personales de las mujeres. Por ello, se decidió construir una base de “contra – datos” (utilizando la denominación crítica que proponen las autoras del Feminismo de Datos), para recopilar información de las conversaciones por el ocho de marzo, en Ciudad de México, durante 2021, 2022 y 2023.

## Resultados

- **No hay movilización sin contexto: Análisis de nubes de palabras sobre el #8M2021; #8M2022 y #8M2023.**

El objetivo principal de las nubes de palabras que se presentarán por cada año analizado, están enfocados en la comprensión del contexto sociopolítico que dio sentido a las narrativas de contestación durante las movilizaciones por el Día Internacional de la Mujer, en la Ciudad de México.

Al plantear una metodología para analizar el *hashtag*: la etiqueta que junta una palabra o frase a partir del símbolo numeral (#) y el texto o tuit de 280 caracteres; es importante primeramente tener en cuenta el contexto ya que las movilizaciones políticas no se desarrollan de manera aislada y son la respuesta ante un malestar social generalizado.

### Gráfico 1

*Nube de palabras a partir de la búsqueda #8M2021*



Elaboración propia.

Si bien estas nubes de palabras pueden parecer a simple vista meras descripciones, “la primera exploración en términos de frecuencia nos permite detectar los *hashtags* o palabras usadas con mayor intensidad en el corpus y nos da una primera pista de posibles características funcionales que éstas estuvieron cumpliendo” (Flores-Mérida, 2022, p. 68), en este sentido, se decidió implementar esta técnica para explorar el contexto general y ubicar ciertos patrones de sentido en las primeras “inscripciones digitales” (Reguillo, 2017) observadas.





Analizando las nubes de palabras de los tres años, se puede encontrar el primer patrón de sentido referido a la constante mención de la palabra “mujer / mujeres”, “marcha / manifestación”, “todas” y por supuesto la frase más emblemática de las jornadas por el #8M “Ni Una Menos”, posicionando a las narrativas de contestación mediante la “producción de presencia” (Reguillo, 2017) entendida como una forma de estrategias simbólicas donde se usan las palabras con la finalidad de generar contenido que permita desarrollar una presencia lo suficientemente fuerte para someter a algoritmo y penetrar en los medios de comunicación tradicionales.

Esta es la razón del por qué la represión policial del año 2021 fue tan mediático donde la noticia a través de *hashtags* como #Zócalo, #Represión y #VivasNosQueremos, acompañados de videos, imágenes y tuits, lograron salir del ámbito digital de Twitter. Esto dio como resultado que los medios de comunicación tradicionales desarrollen una cobertura de los sucesos acontecidos en el Zócalo, produciendo un fenómeno de “expansión del espacio público” (Rodríguez Cano, 2020), dando lugar a los “acontecimientos aumentados” (Toret et al., 2013) o disruptivos produciendo un flujo de información entre la calle, la red y los medios.

Para los años posteriores, esta producción de presencia se mantuvo de manera más uniforme, encontrando en las nubes de palabras los mismos enunciados, dando valor a la lucha colectiva de las mujeres, sosteniendo una narrativa de contestación hacia las autoridades políticas para confrontar la omisión, la incompetencia y la desatención de las instituciones del Estado ante miles de casos de denuncia por violencias en contra de las mujeres, feminicidios, juicios sin resolver, crítica al presidente por resguardar el Palacio Nacional con vallas y actos de represión policial durante las protestas.

- **El cuerpo en la calle y la palabra en la red: Análisis de los *hashtags* más usados durante el #8M2021; #8M2022 y #8M2023.**

Si bien las nubes de palabras dieron una primera aproximación para entender el contexto sociopolítico de las movilizaciones feministas por el ocho de marzo, en la Ciudad de México, también se realizó un cálculo de frecuencia que permitió el análisis de sesenta *hashtags* del universo de etiquetas descargadas en las bases de contra – datos. Esto, con la finalidad de visualizar de mejor manera cuáles fueron los veinte *hashtags* más usados a partir de los criterios de búsqueda: #8M2021, #8M2022 y #8M2023.

De esta manera, se realizó una codificación tomando colores de acuerdo con los distintos temas que se encontraron, los cuales posteriormente se interpretaron teniendo en cuenta las categorías sobre narrativas de contestación y tecnopolítica feminista para encontrar similitudes o diferencias en las construcciones narrativas de cada año.

### Gráfico 4

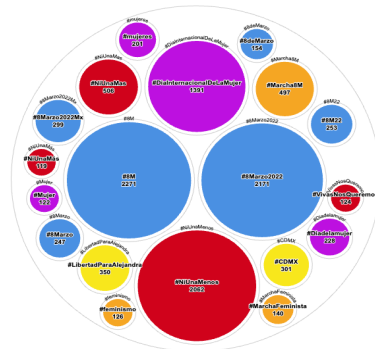
*Frecuencia de los 20 hashtags más usados a partir de la búsqueda #8M2021*



Elaboración propia.

### Gráfico 5

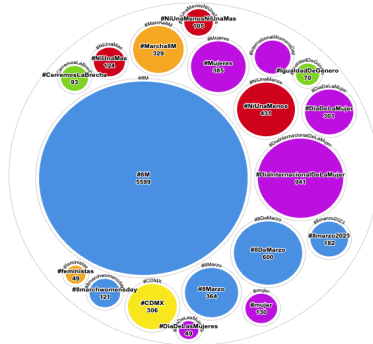
*Frecuencia de los 20 hashtags más usados a partir de la búsqueda #8M2022*



Elaboración propia.

## Gráfico 6

Frecuencia de los 20 hashtags más usados a partir de la búsqueda #8M2023



Elaboración propia.

El objetivo principal de esta visualización constituida por “embalajes circulares” donde los valores de los nodos están representados por cada *hashtag* dentro de una estructura de círculos que se distinguen por el tamaño determinado por el cálculo de frecuencia y el color por la temática de los *hashtags*, recae en comprender de manera más específica los *hashtags* que fueron más usados y compartidos dentro de Twitter para encontrar patrones de sentido, para detectar si las narrativas de contestación feministas sufrieron modificaciones año tras año.

En este sentido, se detectó que estas narrativas de contestación siguieron un patrón de sentido al consolidar el uso estratégico de *hashtags* relacionados con tres temáticas específicas cada año a partir de etiquetas genéricas que señalan la fecha “#8M” acompañada del año correspondiente con la finalidad de compartir convocatorias específicas para tomar las calles. Aunado a esto, *hashtags* que señalan literalmente el Día Internacional de la Mujer y/o la palabra mujer/mujeres subvirtiendo el significado que originalmente se le otorgaba a este día y etiquetas que visibilizan el grave problema de los feminicidios que recaen principalmente en la etiqueta #NiUnaMenos.

Si bien existen leves pero importantes variaciones, se sostiene que la producción de presencia por parte de las usuarias en Twitter respondió a una generación discursiva centrada tanto en denuncias de feminicidios como en convocatorias para

tomar las calles y las redes al mismo tiempo. Por esto, no es coincidencia que las etiquetas relativas al #8M y al #DíaInternacionalDeLaMujer sean las más utilizadas y compartidas en los últimos tres años.

Por esta razón se puso como título de este capítulo la frase: “*El cuerpo en la calle y la palabra en la red*” (Reguillo, 2017, p. 119), teniendo en cuenta que durante los años analizados se vivió una pandemia con grandes consecuencias para las aglomeraciones físicas, las movilizaciones feministas en la Ciudad de México se apoyaron del activismo digital mientras se realizaban acciones físicas en las calles al mismo tiempo, convirtiendo a Twitter y sometiendo a su algoritmo mediante esta forma tan particular de generar presencia digital que dio lugar a un proceso tecnopolítico feminista mediante la producción de narrativas de contestación.

- **Sistema – red tecnopolítico feminista de la Ciudad de México: Análisis del universo hashtags más mencionados durante el #8M2021; #8M2022 y #8M2023 para los procesos de subjetivación política y creación de posicionamientos discursivos**

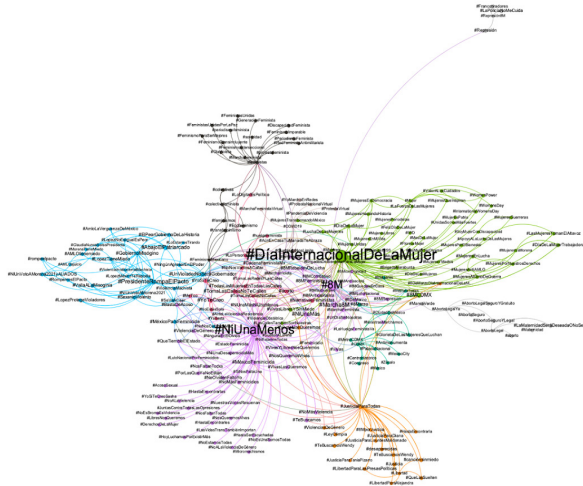
Si bien la frecuencia de hashtags permitió ubicar de manera más concreta cuáles fueron las veinte etiquetas más utilizadas durante las movilizaciones feministas en la Ciudad de México durante los años analizados, también es importante observar la diversidad de posicionamientos discursivos y acontecimientos aumentados que dan lugar a un proceso tecnopolítico creando un sistema – red de contiendas multicampo (Portillo et al., 2022, p. 17).

Por esta razón, se aplicó otra técnica de investigación mediante el Análisis de Redes Sociales (ARS), donde se creó una matriz de relaciones entre los hashtags que fueron recopilados y ordenados en las bases de contra – datos de los treinta mil tuits, correspondientes al periodo 2021 – 2023.

El objetivo de esta visualización fue detectar cómo el universo de *hashtags* feministas convergieron en los tuits analizados mediante una red de relaciones. Esta red de co-hashtags está constituida por 233 nodos (círculos que representan a cada hashtag) y 532 aristas (líneas que unen a los nodos), para la interpretación de este grafo se utilizó la propuesta de Análisis Visual de Redes adaptado a las Ciencias Sociales de Venturini et al. (2015). Estos autores se basaron en la semiótica visual de Jacques Bertin (1967), dando especial importancia a tres de sus variables: posiciones, tamaño y tonalidad.

## Gráfico 7

### Sistema – red del universo de hashtags feministas Recopilados en el periodo 2021 - 2023



Elaboración propia mediante el software Gephi.

Esta red refleja las relaciones que se encontraron dentro del universo de hashtags correspondientes a las descargas del #8M2021, #8M2022 y #8M2023. Cabe aclarar que la mayoría de hashtags se fueron repitiendo año tras año, por lo que se creó una matriz de relaciones a partir de la observación sobre cómo estos *hashtags* fueron utilizados en conjunto dentro de los tuits descargados, de esta manera se obtuvo una matriz de 233 *hashtags* o nodos, los cuales fueron ordenados según el tema al que hacen referencia.

Tomando en cuenta los postulados de la Teoría del Actor Red, los actores que forman una serie de relaciones en el caso de esta red son los *hashtags* o etiquetas de carácter feminista, las cuales desarrollaron un sentido narrativo a partir de posicionamientos discursivos diversos. Citando a Reguillo (2017), “la importancia de este grafo es que permite calibrar el impacto de la palabra y el proceso de articulación de múltiples subjetividades insurrectas o de la <<multitud conectada>>” (p. 119).

El cálculo del grado de entrada para graficar la red, permitió observar la cantidad de conexiones entrantes que recibieron las etiquetas, por lo que los *hashtags* correspondientes a #DíaInternacionalDeLaMujer, #NiUnaMenos y #8M representan los nodos con mayor grado de entrada. Esto indica que fueron ampliamente utilizados por las usuarias en Twitter durante los años analizados, sugiriendo que el tema o el contenido asociado con estos *hashtags* fue popular, relevante y sumamente visible dentro del sistema – red tecnopolítico feminista en la Ciudad de México, reforzando la idea de la posición central de estos *hashtags* los cuales se convirtieron en las “autoridades”, que en el lenguaje del ARS se refieren a los nodos más mencionados por otros nodos, siendo los más influyentes en la red.

Respecto a la modularidad entendido como un cálculo para detectar comunidades o clústeres, se encontraron diez comunidades representadas con distintos colores proporcionando información valiosa sobre la dinámica y los patrones de interacción dentro de la red. En este sentido, se elaboró el siguiente cuadro para interpretar a las comunidades encontradas:

**Cuadro 1**

Número de Comunidades	Color	Narrativas
1	Violeta	Hashtags relacionados a denuncias sobre feminicidios y violencias de género
2	Violeta	Hashtags relacionados al 8M
3	Verde	Hashtags relacionados al Día Internacional de la Mujer
4	Celeste	Hashtags relacionados a la crítica en contra del gobierno y el patriarcado
5	Naranja	Hashtags relacionados con pedidos de justicia
6	Fucsia	Hashtags relacionados a tomar las calles
7	Negro	Hashtags relacionados al feminismo
8	Turquesa	Hashtags sobre lugares emblemáticos donde surgen las movilizaciones físicas en CDMX
9	Rosa	Hashtags relacionados con la pandemia (COVID – 19) y a las marchas virtuales
10	Gris	Hashtags relacionados al aborto

Elaboración propia.

Luego de este análisis descriptivo de este sistema – red de *hashtags* feministas tomando en cuenta los puntos fundamentales en la estructura visual del grafo como es el grado de entrada y la modularidad a partir de la propuesta de Venturni et al. (2015), es importante mencionar que el sentido de esta técnica recae en comprender la estructura de relaciones entre *hashtags* para determinar el sistema -red tecnopolítico feminista, el posicionamiento discursivo y el proceso de subjetivación política que reflejan estas etiquetas.

Sanz (2003) señala que “las redes sociales son a la vez la causa y el resultado de las conductas de los individuos. Las redes sociales crean y limitan las oportunidades para la elección individual y de las organizaciones; al mismo tiempo los individuos y organizaciones inician, construyen, mantienen y rompen las relaciones y, a través de estas acciones, determinan y transforman la estructura global de la red” (p. 23). En este sentido, se puede sostener que esta red de relaciones de *hashtags* feministas es el resultado de la conducta y forma de pensar de las usuarias que vieron en Twitter un espacio para expresar sus ideas, contar sus experiencias y proponer formas de movilización donde el *hashtag* adquiere relevancia.

De esta manera, es que los nodos con mayor centralidad a nivel general en toda la estructura de la red y a nivel local, dentro de sus comunidades, adquirieron un poder de articulación mediante la palabra visibilizando las demandas y problemáticas expresadas por las usuarias, durante las jornadas de movilizaciones por el #8M. Estas dieron lugar a un sistema red determinado por la conectividad dentro de Twitter y la horizontalidad en las relaciones sociales promoviendo la participación y la colaboración entre estas multitudes conectadas de mujeres.

“Proponemos denominar contiendas multicampo las acciones feministas nombran y visibilizan problemas superpuestos que forman parte de una agenda urgente de interpelación al poder en los espacios en y fuera de línea” (Portillo et al., p. 2). Teniendo en cuenta que la formación de estas contiendas multicampo dentro de los procesos tecnopolíticos feministas responden a una táctica de sometimiento algorítmico por parte de las usuarias y colectivas, el cual propició un espacio de debate, expresión de ideas, creación de múltiples narrativas de contestación y una movilización tecnológicamente estructurada reproducida año tras año en calles y redes de manera simultánea.

Al conformar un sistema – red de *hashtags* feministas de los últimos tres años, se puede observar que el constante uso de los mismos generó una inscripción digital profunda que se va quedando marcada a partir de los acontecimientos aumentados o disruptivos. “Lo que da origen a la movilización o protesta se queda en la mente de las personas produciendo un cambio en pensamiento que genera una re – producción de ese nuevo pensamiento dentro de la vida cotidiana que produce un desanclaje espacio – temporal” (Reguillo, 2017, p. 125).

El sistema - red de *hashtags* feministas permitió además de encontrar esta diversidad de narrativas de contestación a partir del posicionamiento discursivo, visualizar de mejor manera el desanclaje (Reguillo, 2017). Es decir, este proceso de ruptura en el pensamiento que deriva de un proceso de agenciamiento donde el reconocimiento de las acciones y experiencias de la vida cotidiana de las mujeres empiezan a tener relevancia como lo señala McNay (2016), dando lugar a una subjetivación política feminista (Smith, 2016), formando una nueva sujeta política feminista.

## **Conclusiones**

En el transcurso de esta investigación se ha explorado a profundidad las narrativas de contestación desarrolladas durante las jornadas por el Día Internacional de la Mujer en los últimos tres años, que fueron creadas y compartidas por las mujeres jóvenes en Ciudad de México dentro de Twitter, mediante un análisis de *hashtags* usando técnicas de minería de textos y ARS, propios de los métodos digitales (Rogers, 2013) y el Feminismo de Datos (D’Ignazio & Klein, 2020).

El valor de estos *hashtags* relacionados con fecha y año, está en la posibilidad de encontrar las narrativas de contestación dentro de etiquetas que a simple vista no parecieran mostrar nada más que la temporalidad. Pero, a través de distintas formas de análisis que fueron aplicadas a partir de la mirada distante de los Métodos Digitales (Moretti, 2005), se descubrió un universo de *hashtags* feministas, los cuales muestran una constelación performativa de discursos que son formados por las mismas mujeres que asisten a las movilizaciones y que a la vez dejan sus huellas digitales en días tan importantes como el ocho de marzo de cada año, en espacios digitales como lo fue Twitter (ahora X).



Las narrativas de contestación antihegemónicas y las subjetividades políticas insurrectas feministas se hicieron visibles y pudieron ser estudiadas desde el Feminismo de Datos y los Métodos Digitales a partir del estudio de los datos y metadatos, entendidos como las huellas digitales que se capturaron de las protestas feministas en la Ciudad de México dentro de Twitter cuando se realizó el scraping o descarga de datos durante los días ocho y nueve de marzo de 2021, 2022 y 2023, formando la base de contra – datos de treinta mil tuits en total.

Esta base de contra – datos permitió estudiar los *hashtags* feministas mediante la propuesta de “análisis de hashtags utilizados en Twitter en el marco de campañas de acción colectiva digitalmente mediada” (Flores-Mérida, 2022, p. 58), utilizando distintas técnicas como el análisis textual a partir de la minería de textos que permitió la elaboración de las nubes de palabras y el cálculo de la frecuencia de *hashtags* más usados por año, así como el Análisis de Redes Sociales ARS para estudiar la red de relaciones entre etiquetas, dando como resultado una interpretación cualitativa de los *hashtags* feministas desde una visión crítica e interseccional propias del Feminismo de Datos.

D’Ignazio y Klein (2020) señalan que el Feminismo de Datos da lugar a investigaciones que contribuyen a desafiar al poder hegemónico y patriarcal dentro las instituciones. Por ende, la descarga y la recopilación de datos pasó de ser meramente cuantitativa a ser un ejercicio de “auditoría de algoritmos, donde el análisis de datos se convierte en una estrategia poderosa para desafiar el poder y trabajar por la exigencia de justicia” (párr. 6). Teniendo en cuenta que las narrativas de contestación feministas, son narrativas que desafían y critican al poder político y al sistema patriarcal dando énfasis al valor de la palabra, los *hashtags* se convirtieron en objetos de estudio fundamentales para ir desmenuzando las exigencias de las mujeres jóvenes en las jornadas de protesta como el Día Internacional de la Mujer.

De esta forma, como los *hashtags* fueron las unidades de análisis principales, hubiera sido sumamente difícil estudiar estas narrativas y las subjetividades políticas insurrectas sin la ayuda de estas técnicas digitales. Como se señaló en el apartado de la Metodología, “el motivo principal para usar los datos es impulsar y hasta en algunos casos obligar, a que los poderosos tomen medidas que hagan posible un cambio social,

no obstante, este accionar debe estar acompañado con herramientas de participación comunitaria, organización política y activismo” (D’Ignazio & Klein, 2020, párr. 9).

Es así que el marco metodológico de esta investigación estuvo relacionada con el activismo de datos resignificando la base de datos que se obtuvo como una “recolección y análisis de contra – datos” acerca de las narrativas de contestación producidas por las mujeres jóvenes en la Ciudad de México para visibilizar las narrativas que se producen sobre el problema de las violencias de género y la exigencia de justicia ante estas opresiones, ya que esta problemática continúa siendo relevante y urgente de tratar en México y en América Latina.

Las narrativas de contestación y las subjetividades políticas insurrectas están directamente relacionadas con la creación de un story-telling digital, ya que estas palabras constituyen una voz política importante pese a estar inmersas dentro de plataformas corporativas, cuyo funcionamiento está orientado a capitalizar los afectos y las tendencias. El activismo digital feminista en las jornadas por el 8M está marcado por la apropiación de estas plataformas digitales, construyendo una voz política mediante la visibilización de procesos de subjetivaciones insurrectas, ya que el hashtag al tener una parte social y a la vez tecnológica, son utilizados para hacer frente al poder y al sistema patriarcal y tienen implicaciones fuertemente políticas.

Es decir que estos *hashtags* dejan de ser neutrales por el significado tan poderoso que conllevan, y al ser expuestas en plataformas que tampoco son neutrales por su desarrollo tecnológico, crean una dicotomía interesante cuyo objetivo es someter al algoritmo. Esto da como resultado un activismo consciente, fortaleciendo las movilizaciones ciudadanas con argumentos críticos que responden a un problema social tan complejo e importante.

Este sometimiento algorítmico también se desarrolló mediante un “acuerpamiento” desde lo físico y lo digital, es decir que el cuerpo de las mujeres que participaron de este proceso tecnopolítico en las movilizaciones por el ocho de marzo, tomó otras dimensiones dentro del espacio – red, produciéndose un acto indivisible entre lo físico y digital, donde los *hashtags* se convirtieron en el reflejo de lo que acontecía simultáneamente en las calles. Esta idea tomó fuerza con la pandemia donde muchas de las colectivas lanzaron convocatorias para continuar con las movilizaciones a partir del uso de *hashtags* dentro de Twitter, propiciando un

sometimiento algorítmico utilizando esta forma de generar presencia digital que dio lugar a un proceso tecnopolítico feminista.

La parte más interesante de toda esta investigación fue entender que estas sujetas (tecno) políticas deciden compartir y visibilizar estas narrativas de contestación dentro de medios privados como Twitter los cuales, como bien se explicó en el apartado del problema de investigación, están inmersos en políticas mercantilistas para la segmentación de contenido a partir de una gubernamentalidad algorítmica (García Canclini, 2020). Ante esta problemática, estas sujetas políticas que a la vez se convierten en activistas digitales, entienden que es necesario generar una voz colectiva tan potente que les permita dejar de ser instrumentos de las mismas plataformas.

Esta fue la idea principal que sustentó la investigación y la cual se puso a prueba de manera constante a partir de la Metodología creada para el análisis a partir de los Métodos Digitales y el Feminismo de Datos. Si bien tuvo momentos donde la descripción pareció ser lo más importante, el análisis de la base de contra – datos empezó a tener mayor sentido y fuerza mediante la propuesta del Análisis Visual de Redes, adaptado a las Ciencias Sociales (Venturini et al., 2015), donde se tuvo en cuenta el contexto socio político del que surgieron las narrativas de contestación, lo que permitió entender el valor que las sujetas políticas feministas dieron a sus emociones, afectos e imaginarios de un mundo mejor donde el sistema patriarcal y las violencias que derivan de él puedan ser superadas.

De esta forma, la red social Twitter jugó un rol fundamental durante la última década en estas movilizaciones donde lo digital se mimetizó con lo físico, especialmente en América Latina donde encontramos movilizaciones tan grandes como #NiUnaMenos; la #PrimaveraVioleta, el #MeTooMexicano y la #MareaVerde, otorgando una performatividad a las sujetas (tecno) políticas feministas en su accionar y posibilitando una riqueza narrativa tan interesante que permitió la expresión colectiva dentro de espacios digitales orientados al debate social y al intercambio de ideas.

Todo el proceso de análisis de estas narrativas que producen *hashtags* como formas de contestación, propias de las movilizaciones tecnopolíticas latinoamericanas, conforman y dan lugar a la “cuarta ola feminista” las cuales tienen un interés profundo en hacer frente al problema de las violencias de género y los feminicidios, a partir de un activismo digital para la exigencia de justicia. Si bien este es uno de los

objetivos más grandes de los feminismos en la región actualmente y el foco de esta investigación, también hay otras preocupaciones que son igual de relevantes dentro de esta cuarta ola.

Varela (2019) nombra esta cuarta ola como el “Feminismo 4.0” donde están inmersas las propuestas del feminismo contemporáneo, donde se da énfasis a la política de la identidad, el posfeminismo, los feminismos poscoloniales, la teoría queer, el transfeminismo, la interseccionalidad, la biopolítica y por supuesto, el ciberfeminismo. Por esta razón, es necesario recalcar que si bien los procesos tecnopolíticos en México y América Latina fueron fundamentales para las movilizaciones masivas, son tan sólo una parte de las muchas formas de activismo feminista, ya que también existen mujeres feministas que no creen en que la tecnología pueda ser un factor de cambio social y existen otras que su activismo está enfocado en otras temáticas y utilizan otros medios que no tienen que ver con las redes sociales.

## Referencias

- Baer, H. (2016). Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism [Rehacer el feminismo: activismo digital, política corporal y neoliberalismo]. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17-34.
- CEPAL (s.f.). *Poner fin a la violencia contra las mujeres y niñas y al femicidio o feminicidio*. Cepal.org. Recuperado el 3 de noviembre de 2023 de <https://www.cepal.org/es/infografias/poner-fin-la-violencia-mujeres-ninas-al-femicidio-o-feminicidio-reto-clave-la>
- Clark, R. (2016). “Hope in a hashtag”: the discursive activism of #WhyIStayed [“Esperanza en un hashtag”: el activismo discursivo de #WhyIStayed]. *Feminist Media Studies*, 16(5), 788-804.
- Crenshaw, K. (1991). *Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color*. [Mapeando los márgenes: interseccionalidad, políticas de identidad y violencia contra las mujeres de color]. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241-1299.
- D’Ignazio, C., & Klein, L. (2020). *Data feminism* [Feminismo de datos]. MIT Press.

- Flores-Mérida, A. (2022). Análisis de hashtags en Twitter: uso estratégico de plataformas de #verificado19s tras los sismos de 2017 en México. *Virtualis*, 13(24), 58-83.
- Lagarde, M. (2006). Del femicidio al feminicidio. *Desde el jardín de Freud*, (6), 216-225.
- García Cancellini. (2019). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Universidad de Guadalajara.
- Loza, S. (2014). Hashtag Feminism. #SolidarityForWhiteWomen, and Other #FemFuture [Hashtag Feminismo. #SolidaridadParaLasMujeresBlancas y otros #FemFuture]. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, (5).
- Millett, K. (1995) *Política sexual*. Cátedra. (Originalmente publicado en 1970)
- Moretti, F. (2005). Graphs, maps, trees: Abstract models for a literary history [Gráficos, mapas, árboles: modelos abstractos para una historia literaria]. *Verso*.
- Morón Terrazas, S. (2019). *Análisis del Proceso Tecnopolítico y de Conectividad en movimientos feministas dentro de Facebook. Caso: Ni una Menos Bolivia* [Tesis de Maestría, Universidad Iberoamericana].
- Morón Terrazas, S. (2023). Análisis de las movilizaciones tecnopolíticas feministas latinoamericanas en Instagram mediante un estudio de hashtags. *Journal De Comunicación Social*, (17), 69–94.
- Morón Terrazas, S. (2024). *Narrativas que producen hashtags como formas de contestación propias de las movilizaciones tecnopolíticas feministas en Ciudad de México*. [Tesis de Doctorado, Universidad Iberoamericana].
- Omena, J. J., Texeira Rabello, E., & Goetz Mintz, A. (2020). Digital Methods for Hashtag

- Engagement Research [Métodos digitales para la investigación de la participación de hashtags]. *Social Media + Society*, 6(3), 1-18.
- Portillo Sánchez, M., Rodríguez Cano, C.A., & Pérez Luque, C. (2021). Tecnopolítica feminista, contiendas multicampo y derrumbamiento de muros. Una etnografía en red del #8M2021 en México. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 12(22), 1-22.
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. Ned Ediciones.
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods* [Métodos digitales]. MIT Press.
- Rogers, R. (2021). Visual media analysis for Instagram and other online platforms. *Big Data & Society*, 8(1).
- Rogers, R. (2023). *Métodos Digitales*. ITESO.
- Rovira-Sancho, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Rovira-Sancho, G. (2018). El devenir feminista de la acción colectiva: las redes digitales y la política de prefiguración de las multitudes conectadas. *Teknocultura* 15(2), 223- 240.
- Rovira-Sancho, G., & Morales-i-Gras, J. (2023). Femitags en las redes y en las calles. 50 hashtags del Activismo Feminista en América Latina. *Profesional de la información*, 32(3), 1-18.
- Sued, G. E. (2020). Repertorio de técnicas digitales para la investigación con contenidos generados en redes sociodigitales. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 10(19), 1-22.

Toret, J. (Coord.). (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Internet Interdisciplinary Institute; Universitat Oberta de Catalunya.

Van Dijck, J. (2013). *La cultura de la conectividad*. Siglo Veintiuno Editores.

Varela, N. (2019). *Feminismo 4.0, la cuarta ola*. Penguin Random House Grupo Editorial.

## **LA REPRESENTACIÓN DE MUJERES AFROMEXICANAS EN LA TV MEXICANA: LA CONSTRUCCIÓN DE SU IDENTIDAD RACIALIZADA COMO EXPRESIÓN DE VIOLENCIA MEDIÁTICA**

Tania Maratalina Roque Medel  
[taniaroque@comunidad.unam.mx](mailto:taniaroque@comunidad.unam.mx)

UNAM-FCPYS

El presente artículo forma parte de la investigación que realizo como alumna del Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y se circunscribe en la metodología de investigación feminista, en el campo de profundización de ciencias de la comunicación. En las siguientes líneas, se describe el avance que tiene esta investigación, sobre la representación de la mujer afromexicana en las telenovelas mexicanas.

La hipótesis central de esta investigación, es que las telenovelas mexicanas ejercen violencia mediática contra las mujeres afromexicanas, al representarlas mediante la construcción de su identidad racializada, que les señala como personas subalternas, sin preparación, pertenecientes a clases populares, por tanto, destinadas a empleos en el ámbito de servicios; incluso como personas incapaces de generar procesos de empoderamiento colectivo, lo que constituye violencia mediática.

La televisión ha recurrido a la exageración burlesca de los rasgos faciales de las personas afromexicanas; las ha ridiculizado por su cultura, vestimenta o forma de hablar, sugiriendo incluso, que son poco inteligentes. Otra forma de racismo en la televisión se da cuando se representa a una afromexicana, y se hace de manera estereotipada; cuando los guiones las racializan, cosifican e hipersexualizan.

Asimismo, se ha representado a las afromexicanas como personas subalternas, destinadas al servicio de otros grupos poblacionales, casi siempre constituidos por personas asociadas al fenotipo blanco europeo quienes, por cierto, en la representación



mediática son las únicas asociadas al éxito y que detentan el poder. Esta forma de representación genera una percepción negativa entre las audiencias (asociada a prejuicios raciales) hacia las mujeres afrodescendientes.

Es preciso señalar que se determinó analizar 3 telenovelas que estuvieron en horario estelar: *Marimar*; *Acapulco, cuerpo y alma*; y *El alma no tiene color*, producidas en la década de los años noventa del siglo pasado por Televisa, ya que justamente, en esta época la lucha por la reivindicación de la población afrodescendiente comenzó a tener una mayor fuerza. Es en la década de los noventa que en México comienzan a darse los primeros encuentros reivindicatorios, en la Costa Chica de Guerrero y Oaxaca. Periodo en el que fue fundado el primer Museo Afromexicano, en el municipio de Cuajinicuilapa, Guerrero.

De tal manera, mientras que ascendía la lucha social por la reivindicación y reconocimiento constitucional de la población afromexicana como parte la riqueza étnica y pluricultural de nuestro país, en las producciones televisivas esta presencia no se vio reflejada, por el contrario se continuó, por un lado, con la invisibilización de este grupo poblacional y, por otro, con su estereotipación mediática.

Es posible observar que se asigna a mujeres asociadas con el fenotipo blanco europeo, personajes asociados al éxito social, laboral o económico y generalmente responden a un estereotipo de belleza corporal que, además, no corresponde a la talla, ni características físicas de la mujer mexicana promedio. Al mismo tiempo, se excluye a las afromexicanas de la narrativa como mujeres exitosas, generando una representación desigual y gestando la percepción de que una mujer afrodescendiente está destinada a realizar trabajos de cuidados o a brindar servicios.

En este sentido es importante analizar este fenómeno que se da en los medios de comunicación, ya que estos ejercen cierta influencia en la conformación de identidades asociadas a valores ya sean, positivos o negativos, según sea la intencionalidad de quienes construyen los diversos productos comunicacionales.

Por ello resulta de suma importancia demandar producciones televisivas libres de estereotipos, toda vez que los medios de comunicación son pieza clave en la educación sobre los derechos humanos y, en la representación digna de todos los grupos poblacionales pertenecientes a una nación.

El avance de investigación, que se presenta en el presente artículo constituye una parte sustancial del marco teórico de mi tesis doctoral, que historiza y contextualiza el papel del discurso del mestizaje, en la consecuente invisibilización de la población afrodescendiente en México. Asimismo, incorporando la teoría crítica feminista, revela los sesgos androcéntricos que establecen diversos mandatos de género, con los que se construyen los personajes que representan a las afro mexicanas en las 3 telenovelas que son objeto de estudio.

### **Encuadre teórico-metodológico de la presente investigación**

Como investigadora feminista, parto del reconocimiento de las mujeres como sujetas cognoscentes y cognoscibles, reconociendo que, hasta hace unas décadas el sesgo androcéntrico de la ciencia invisibilizó la desigualdad entre los sexos en el orden social que, en los hechos, subordina a las mujeres ante la opresión patriarcal.

Esta forma de hacer ciencia reconoce la valía de considerar el lugar de enunciación de la investigadora, así como de las sujetas de investigación; desde la epistemología del punto de vista, se resignifica la experiencia de las mujeres, por lo que mi investigación, es de corte cualitativa.

Utilizo la metodología de investigación feminista que, basándose en la perspectiva de género, como herramienta de análisis de la sociedad, para evidenciar que las relaciones entre hombres y mujeres están cruzadas por roles y estereotipos asociados con cada uno de los sexos; roles que han diseñado al “sujeto femenino” de tal manera que se impide, en la condición actual, la autonomía de las mujeres. Lo que ha generado un complejo sistema de relaciones de poder entre los géneros.

Estos mandatos de género conforman una compleja red de opresiones contra las mujeres, en donde la característica principal es la falta de libertad de estas; su falta de autonomía al no ser consideradas seres “para sí mismas”, sino seres “para los otros” esos otros, casi siempre masculinos, pero que incluyen también a las y los hijos. (Franca Basaglia).

Por ello, la investigación feminista, pretende erradicar la desigualdad y discriminación contra las mujeres, generando conocimientos que permitan consolidar un proyecto emancipatorio para ellas. (Castañeda, 2008, p. 12)

El presente trabajo aspira a ser parte de una línea de investigación que incorpore la teoría crítica feminista, la teoría de la representación y los estudios críticos sobre racismo, para analizar la representación de las mujeres afromexicanas.

Desde esta perspectiva, se trabaja con la hipótesis de que las telenovelas mexicanas ejercen violencia mediática contra las mujeres afromexicanas al representarlas mediante la construcción de su identidad racializada, como si pertenecieran a una categoría fija de sujetas sociales, cargadas de una naturaleza ontológica que las condiciona y estabiliza para ser siempre personas subalternas, sin preparación, pertenecientes a clases populares, por tanto, destinadas a empleos en el ámbito de servicios.

Sobre la representación y construcción de identidades racializadas, Hall (1997), asegura que “el sentido es construido por el sistema de representación y fijado por un código que entabla una correlación entre nuestro sistema conceptual y nuestro sistema de lenguaje” (p. 7)

Asimismo, define a la representación como “la producción de sentido de los conceptos en nuestras mentes mediante el lenguaje” y asegura que “es el vínculo entre los conceptos y el lenguaje el que nos capacita para referirnos, sea al mundo real de los objetos, gente o evento, o aún a los mundos imaginarios de los objetos, gente y eventos ficticios” (Hall, 1997, p. 4).

En este sentido, la televisión ha construido un sistema de representación que agrupa y clasifica ciertos contenidos con los que nos presentan determinadas imágenes asociadas a conceptos (signos escritos, hablados o plasmados en imágenes), que establecen relaciones complejas y forjan principios, de semejanzas o diferencias, en las situaciones de vida para distinguir, unos casos de otros.

En medio de esta interpretación de la realidad, hay varios sistemas de poder y opresión que, con el tiempo, han construido —apoyados en el discurso—, estereotipos que califican a las personas de exitosas o no.

Para Hall (1997), los seres humanos no sólo somos seres biológicos, sino que somos *sujetos culturales* y en el trabajo de *la representación*, los humanos incluimos el proceso de simbolizar la comunicación. Desde esta perspectiva, Hall asegura que pertenecer a una cultura es contar con un mismo universo conceptual y lingüístico, “es saber cómo los conceptos e ideas se traducen a diferentes lenguajes, y cómo el lenguaje refiere, o hace referencia al mundo” (p. 8).

De tal forma, Hall resume que las identidades son las posiciones que el sujeto está obligado a tomar, a la vez que siempre sabe que son representaciones, y que esta se construye a través de la “falta”, a través de la división y, desde el lugar del otro, por lo que nunca puede ser idéntica a los procesos subjetivos de quien es representado, por ello, siempre debe considerarse en esta discusión, la capacidad de “autorreconocimiento” del representado. Esto con mayor razón, como señala Hall, cuando hay un ideal normativo de un cierto “eurocentrismo compulsivo” que ha impuesto (mediante una construcción discursiva), lógicas de distinción para construir cuerpos racializados y *eticizados*.

Estos procesos de racialización, influyen en la propia construcción de identidades en la sociedad. Esta construcción no es un trabajo solitario e individual. Se modifica en el encuentro con el *otro*, cuya mirada tiene un efecto sobre uno. La identidad, como ya hemos explicado anteriormente, se sitúa siempre en un juego de influencias y representaciones respecto a *otras* personas.

En este sentido, el racismo es el fundamento del pensamiento racial. Y así es como se construye la identidad racializada, es decir, se asigna a ciertos grupos poblacionales, rasgos identitarios que les esencializan, e incluso les estereotipan para hacer que, dichas poblaciones cumplan ciertos *mandatos sociales*, que les son impuestos, como rasgo de la pervivencia de la colonialidad.

En medio de esta producción que genera la industria cultural, se construyen representaciones de los diversos grupos poblacionales, que para el caso de las personas que fenotípicamente poseen un tono de piel oscuro, las representaciones son acompañadas de procesos de racialización, mediante los que se les asigna *mandatos sociales*, acordes a los postulados coloniales que les ubica como seres destinados para el servicio o para trabajos rudos; y en el caso de las mujeres, se les hipersexualiza. Estas identidades racializadas se construyen y refuerzan en la televisión de manera constante en los noticiarios, series televisivas, telenovelas, etc.

## **Contexto sociohistórico y principales categorías de análisis**

Al abordar la representación de las mujeres afromexicanas desde la metodología feminista de investigación, es preciso historizar para contextualizar la situación de exclusión de nuestras sujetas de estudio.

A este respecto, vale la pena señalar brevemente que la población afro-mexicana ha sido históricamente invisibilizada por el Estado mexicano, gracias a la implementación del discurso del mestizaje.

Por la construcción histórica del mito nacional sobre el mestizaje es que, desde hace más de un siglo, la identidad mexicana está asociada al hecho de “ser mestizos” y a la idea de que por nuestras venas corre sangre española e indígena, y nada más.

Durante siglos se consolidó la idea, en el imaginario colectivo mexicano, de que en México no hay afrodescendientes, esto sin duda, a partir de la construcción de esta narrativa integradora basada en el mito del mestizaje, planteado como el origen común de toda la población mexicana.

Se dejó fuera del mito fundacional, a la población afrodescendiente, “al no reconocerla como parte específica de la población nacional, a pesar de ser un importante componente demográfico a principios del siglo XIX, y no incluirla como una de las vetas del mestizaje nacional mexicano en construcción” (Iturriaga et al., 2021, p. 8), Consolidando la invisibilización de las y los afrodescendientes en nuestro territorio.

Para Natividad Gutiérrez, el mestizaje es un “intento por ‘blanquear’ al indio (en especial al de origen mexicana) con las influencias europeas y españolas; empero, tal enfoque bilateral presenta una comprensión revisionista y selectiva del pasado indígena, en virtud de que los únicos que reciben atención son los aztecas mitificados” (Gutiérrez, 2012, pp. 126 -127)

De manera tal este discurso, planteó para la indianidad, la necesidad de aspirar a la blanquitud, y para la afrodescendencia, su invisibilización total, aun cuando sabemos que en su mayoría llegaron a nuestro país en el S XV, como parte del comercio trasatlántico sistematizado, que tendría como resultado estimado que, entre 1492 y 1870, al menos doce y medio millones de mujeres, niñas, niños y hombres africanos, fueron secuestrados de sus comunidades y “transportados a diversos puntos del mundo Atlántico por comerciantes portugueses, ingleses, franceses, holandeses y españoles, con destino a las plantaciones de tabaco, caña, café, algodón y arroz, a las minas de oro y plata o al servicio doméstico” (Velázquez & Iturralde, 2016, p. 46)

El mestizaje entonces funcionó como la operalización ideológica para la naturalización de lo que se ha querido presentar como “mezclas raciales” entre españoles e indígenas situación que, en la historia, además, ha invisibilizado que, en

muchos de los casos, se trató de violaciones sexuales a las mujeres indígenas y a las afrodescendientes retenidas en condición de esclavitud.

Al analizar este proceso histórico es preciso señalar, como lo hace Pineda (2023), que la configuración del mundo se consolidó como androcéntrico y eurocéntrico, por ello el fenómeno del racismo no puede ser visto desasociado del sexismo:

Esta situación de dominación moral de los sujetos esclavizados, se profundizó en el caso de las mujeres africanas y sus descendientes y sentó las bases para una experiencia diferenciada con respecto a los hombres esclavizados pues, el sistema de dominación esclavista se articuló con la dominación patriarcal. Las mujeres africanas y las nacidas en América experimentaron la objetualización y comercialización de sus cuerpos... puede considerárseles como las más afectadas en el proceso de secuestro, latrocinio y explotación ejercida por los europeos colonizadores, esclavistas y latifundistas, dado que experimentaron formas múltiples de discriminación y violencia por su sexo y su herencia étnico-racial. (Pineda, 2023, pp. 30-31)

Una vez que en México triunfó la guerra de Independencia y fue abolida legalmente la esclavitud, esto no fue suficiente para que se iniciara un proceso de plena inclusión social de las afrodescendencias. Aquellas mujeres y hombres, ya libertos jurídicamente, no fueron integrados a la sociedad como iguales.

Eso no fue aceptado por una sociedad “criolla-mestiza” que, apenas hacía unos años atrás, contabilizaban a las y los afrodescendientes como parte de sus “propiedades” y que durante siglos construyeron un lenguaje cargado de odio, desprecio y violencia, que fue esencial en el marco del régimen colonial, para la construcción del paradigma de “lo negro” asociado a la barbarie, incivilización, fealdad y maldad, que justificó la deshumanización y esclavización de millones de seres humanos provenientes de África (Fanon, 2009).

Esta situación de marginación social, derivado del pensamiento de la colonialidad, apoyada en el racismo persistente en nuestras sociedades contemporáneas, han impedido que en la actualidad las y los afroamericanos gocen de sus derechos en condiciones de igualdad, con relación a la población considerada “mestiza”, asociada con el fenotipo blanco europeo.

Wieviorka (2009), considera que es en la época de la Modernidad cuando se cimienta la supuesta idea de “superioridad” de un grupo poblacional sobre otro.

Aquí es donde se incorpora uno de los elementos centrales del racismo: la diferenciación entre los grupos humanos con la consecuente jerarquización entre ellos, teniendo como consecuencia, la inferiorización de la “otredad”. Es en este momento histórico, cuando el racismo científico, diseminó las concepciones de la falsa existencia de las “razas humanas” (pp. 24-26).

Recordemos los experimentos realizados, bajo el auspicio del racismo científico del S. XIX, para medir cráneos, y justificar así una supuesta diferenciación de capacidades mentales o físicas, incluso de calidad moral, basada en la esencia brindada “por la naturaleza” a cada uno de los diversos grupos humanos, como si poseyeran características ontológicas e inmutables, asociadas a su fenotipo.

Esta falsa idea que vinculó fenotipos con inteligencia, habilidades, incluso calidad moral diferenciadas, fue sustentada por diversas disciplinas (historia, teología, filosofía, antropología, etc.), que justificaron las teorías racistas y a finales del S. XIX con el “darwinismo social”, se distorsionaron los postulados de Spencer y Darwin, dando sustento a una supuesta “predominancia de características raciales fijas y la plena justificación de la eliminación de los grupos raciales débiles por los dominantes” (Red Integra, 2018a, p. 5)

Así se pretendió “demostrar” la existencia de las “razas humanas”, asociándolas ontológicamente con capacidades psicológicas, intelectuales y emocionales de las personas. Es con esta serie de ideas que se afirmó mundialmente la ideología del racismo, que planteó la superioridad cultural indiscutible de la denominada “raza blanca”, dotada de “civilidad”, “belleza” y todo tipo de “virtudes” culturales, mientras para lo “no blanco” se designó el “salvajismo” y la “barbarie”; la “incivilización” y la “fealdad”.

Autores tan connotados en la filosofía, como Montesquieu, Hegel y Kant, nos dan muestra de la participación de esta disciplina en la justificación de la ideología racista que, condenó la diferencia a la barbarie, deshumanizándola y preparando el terreno ideológico para la consolidación del nuevo modelo económico de expansión europea:

No puede cabernos en la cabeza que, siendo Dios un ser infinitamente sabio, haya dado un alma y, sobre todo un alma buena, a un cuerpo totalmente negro. Es imposible suponer que estas gentes sean hombres, porque si los

creyésemos hombres, se empezaría a creer que nosotros no somos cristianos. (Montesquieu en Mina, 2022, p. 123)

El negro representa al hombre natural en toda su violencia y barbarie. Para comprenderlo debemos olvidar todas las representaciones europeas. Debemos olvidar a Dios y a la ley moral. Para comprenderlo, exactamente, debemos hacer abstracción de todo respeto y moralidad, y de todo sentimiento. Todo esto está de más en el hombre inmediato, en cuyo carácter nada se encuentra que suene a humano. (Hegel en Mina, 2022, p. 123)

En 1764, Kant escribió sobre la opinión emitida por un hombre afrodescendiente, que:

“Este tipo era totalmente negro de la cabeza hasta los pies, prueba clara de que lo que dijo era estúpido” (citado en Eze 1997, 57). Esto señala la creciente importancia atribuida al color. También señala que la apariencia podría ser más importante en la percepción de las personas negras o africanas que de otras personas. (Wade, 2014, p. 38)

Sobre la relación que guardan la expansión europea mediante el proceso de colonización, el enriquecimiento de unas pocas familias a costa de la explotación del trabajo gratuito de millones de personas esclavizadas, nos da cuenta de que el racismo es una ideología que resulta sumamente funcional para el crecimiento económico de aquellas élites en el poder.

### **Mestizaje, racismo y desigualdad en México**

Al ahondar en los estudios sobre mestizaje, Navarrete (2018), señala que incluso la población “mestiza” en México está constantemente en competencia, “porque el mito de que quienes son mestizos son iguales, no se sostiene al contrastar la realidad concreta”. Todo mundo está constantemente aspirando a la blanquitud, para poseer una parte del privilegio que esto significa. En México, los grupos sociales que se asocian a un fenotipo blanco-europeo se consideran así mismos, superiores a los grupos más morenos, quienes también se asumen como “mestizos”. Por lo que resulta evidente que esta categoría (de corte racial), lo que hace en realidad, es perpetuar un sistema desigual y racista en México.



A finales del siglo XIX y principios del XX, se consolidaron los valores liberales de la identidad política mexicana, y se afianzó la idea de que lo mexicano debía ser “mestizo” (como cambio cultural, que no siempre conllevó la mezcla racial). Unos años más tarde, con el triunfo de la Revolución Mexicana, se afianza la ideología del mestizaje que cumplirá con las funciones que señala Navarrete (2018):

- Convencer a las y los mexicanos de que son “una sola familia de origen mestizo”.
- Mantener los privilegios de las élites más blancas en el poder.
- Descalificar la organización social y política de origen popular.
- Perpetuar el privilegio racista de la blancura, pero haciéndolo invisible, bajo la máscara de “si soy mestizo, no me acuses de ser racista”.
- Perpetuar un sistema desigual y racista, ocultando el racismo profundo que existe en el país, garantizando su supervivencia y reproducción.
- Cumplir con el imaginario de que, para que una nación fuese exitosa, debe ser homogénea, con una sola “raza”.
- Perpetuar una visión patriarcal y racista, donde el hombre blanco es el que marca el camino a seguir a las mujeres, siempre en subordinación.

Lo anterior lo podemos corroborar con los resultados de la Encuesta Nacional sobre Discriminación, realizada por el INEGI, donde se evidencia que en México, el tener un color de piel más claro, garantiza mayor acceso a educación y a puestos directivos en el trabajo, por ejemplo. Y para las mujeres afromexicanas, el sexismo y el racismo se han hecho cargo de que sean ellas las que menos acceso tienen a educación, salud y trabajo mejor remunerado (INEGI, 2017).

Pese a que reconocemos la necesidad histórica de crear un mito fundante de la nación mexicana que generara cierta identidad nacional, es preciso reiterar que con este discurso se creó, por un lado, la idea reduccionista de “lo indígena homogeneizado”, con la que se negó nuestra enorme diversidad cultural indígena, en busca del blanqueamiento y la asimilación a la cultura europea. Por otro lado, este discurso del mestizaje eliminó la presencia de las poblaciones afrodescendientes de todo el territorio mexicano, desconociendo su existencia y, por ende, sus aportes históricos y culturales.

La narrativa institucional ocultó la participación afrodescendiente en la construcción de nuestra Nación, con lo que se le negó el reconocimiento social, que es sustancial para la conformación del capital simbólico identitario de los grupos humanos.

Ante esta invisibilización, en el transcurrir de los años, diversos colectivos afromexicanos se organizaron para defender su identidad y exigir el reconocimiento constitucional la población afromexicana; lo que finalmente ocurrió hasta el año 2019, en que el Estado mexicano les reconoció constitucionalmente, lo que aún no implicó el pleno reconocimiento social, toda vez que en nuestro país pervive en el imaginario colectivo, la idea de que en México no hay personas afrodescendientes. Incluso hoy, a más de 200 años de la abolición de la esclavitud en nuestro país, personajes históricos como Vicente Guerrero, José María Morelos y Pavón y Juan N. Álvarez, por ejemplo, no son plenamente reconocidos como población afromexicana.

Como uno de los resultados de la agencia política de colectivos afrodescendientes en el mundo, la ONU decretó el Decenio Internacional para los Afrodescendientes (2015-2024), como una plataforma que pretendía destacar la importante contribución de las y los afrodescendientes, y que buscó promover medidas concretas para poner fin a la discriminación y fomentar la plena inclusión de esta población, bajo los ejes rectores: reconocimiento, desarrollo y justicia.

Rumbo al censo 2020, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), no contemplaba la incorporación de la pregunta sobre afrodescendencia por lo que, en mayo de 2019, activistas afromexicanas solicitaron audiencia en la 172 Audiencia Pública de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, para exigir la inclusión de la pregunta de adscripción. Como resultado de esta movilización de las mujeres afromexicanas, se incorporó la siguiente pregunta: “Por sus antepasados y de acuerdo con sus costumbres y tradiciones, ¿se considera afromexicano (a), negro (a) o afrodescendiente?”.

Este censo develó que en México habitan 126, 014, 024 personas, de las cuales el 2.04% se reconocen afromexicanas, *Negras* o afrodescendientes, con una edad media de 32 años, lo que equivale a 2, 576, 213 personas, de las cuales 1, 297, 617 son mujeres (50.4%).

Existe presencia afrodescendiente en todo el país, pero proporcionalmente con mayor presencia en los estados de Guerrero con 8.6%, Oaxaca con 4.7%,

Baja California Sur con 3.3%, Yucatán con 3%, Quintana Roo con 2.8%, Veracruz con 2.7% y Campeche con 2.1 % INEGI (2017).

### **¿Por qué realizar una investigación sobre la televisión abierta mexicana?**

En un contexto en el que las nuevas tecnologías de la información y comunicación han tenido un avance significativo, resulta pertinente justificar por qué la presente investigación se centra en el análisis de la televisión abierta en México.

Gilberto Giménez, investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, señala que los contenidos de los medios de comunicación son una fuente importante para informarse y aprehender ciertos modelos referenciales que:

Participan activamente en la representación de la realidad: los libros y las películas, pero también las canciones de moda, las series televisadas, las emisiones de *reality show*, los blogs, etc., alimentan permanentemente una especie de supermercado globalizado de bienes simbólicos que ofrecen nuevos modelos de identidad, sobre todo a los adolescentes y a los jóvenes. (Giménez, 2014, p. 7)

Giménez (2014), señala que es a través de la televisión que se va constituyendo una nueva forma de “cultura participativa”, en la que los públicos se “apropian” de los contenidos para “animarlos, para darles vida en el intercambio verbal e imaginario de una relación de co-construcción del sentido, que puede pasar tanto a través de las ficciones y juegos”, como de las telenovelas que se consumen constituyendo, estas últimas, el prototipo por excelencia del melodrama reproducido en la cultura mediática (p. 10)

México no es ajeno a esta realidad, ya que la televisión es el medio principal a través del cual se informan y entretienen las audiencias del país. De acuerdo con la Encuesta de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2022 (ENCCA), realizada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, se advierte que, en nuestro país, “95% de los hogares reportan tener televisión, en promedio dicen tener 1.7 televisores. Aproximadamente 53% de los hogares dijeron contar únicamente con señal de televisión abierta, por lo que ésta continúa siendo el principal medio de consumo audiovisual, al ser usado por el 77% de las audiencias en México” (IFT, 2022, p. 1).

De acuerdo con la ENCCA, respecto a los géneros televisivos que tienen mayor rating, las personas encuestadas que señalaron ver canales de televisión abierta, prefieren sintonizar noticiarios (47%), películas (43%) y telenovelas (36%). En tanto, los canales más vistos son “Las Estrellas”, “Azteca Uno”, “Canal 5” y “Azteca 7”.

Estos datos evidencian el poder de la televisión abierta en México y de las telenovelas como uno de los productos más consumidos por las audiencias.

## **Representación de las afromexicanas y violencia mediática**

Al seguir la línea de investigación centrada en el análisis de la representación mediática de las mujeres afromexicanas, utilizando la perspectiva de género, podemos advertir que, en la televisión mexicana, se concatenan dos sistemas de opresión: el sexismo y racismo, que, de manera conjunta ejercen lo que la Ley General de Acceso de las Mujeres a una vida libre de violencia, tipifica como violencia mediática:

Todo acto, a través de cualquier medio de comunicación que, de manera directa o indirecta, promueve estereotipos sexistas, haga apología de la violencia contra las mujeres y las niñas, produzca o permita la producción y difusión de discurso de odio sexista, discriminación de género o desigualdad entre mujeres y hombres, que cause daño a las mujeres y niñas de tipo psicológico, sexual, físico, económico, patrimonial o feminicida. La violencia mediática se ejerce por cualquier persona física o moral que utilice un medio de comunicación para producir y difundir contenidos que atentan contra la autoestima, salud, integridad, libertad y seguridad de las mujeres y niñas, que impide su desarrollo y que atenta contra la igualdad. (LGAMVLV, Artículo 20 Quinquies, 2022).

En este trabajo, los productos comunicacionales analizados y codificados son las telenovelas *Marimar*, *Acapulco*, *cuerpo y alma* y *El alma no tiene color*, producidas por Televisa a finales del siglo XX.

En ellos es posible observar que se asigna a mujeres de fenotipo blanco europeo, los personajes asociados al éxito social, laboral o económico y que generalmente responden a un estereotipo de belleza corporal que, además, no corresponde a la talla, ni características físicas de la mujer mexicana promedio.

De igual forma observamos que se excluye a las afromexicanas de la narrativa como mujeres exitosas, generando una representación desigual y gestando la

percepción de que una mujer afrodescendiente, está destinada a realizar trabajos en lo que, Soledad Murillo (1996), denominó “la domesticidad”. (p.2) Se le representa como un ser subordinado, al servicio de “los demás”, casi siempre personajes de fenotipo blanco europeo.

De igual forma, es posible observar cómo se ha estereotipado a la población afromexicana, al construir su identidad racializada, esto como parte del racismo sistémico que pervive en México. De acuerdo con Alejandro Campos (2012), “el racismo es una muy peculiar manera no sólo de dar significado a la biodiversidad y sociodiversidad humanas (sino que) implica una jerarquización de las categorías, es decir, no solo una delimitación, sino una organización de acuerdo con una gradualidad de cualidades (morales, intelectuales, civilizatorias, psicológicas, biológicas). No hay racismo sin una lógica comparativa cuyo fin último sea el establecimiento de niveles jerárquicos entre las entidades comparadas” (p. 8)

Para Wieviorka (2009), el fenómeno del racismo se suscita con antelación, como práctica social, cuando incluso no se le había conceptualizado como tal. Asegura que “el racismo clásico” tiene su ascenso durante el siglo XVIII, en el periodo de la conformación de las ideas nacionalistas, es decir, de la formación de los llamados Estados nación europeos (S. XVIII-XIX), con base en “la idea de una diferencia esencial, inscrita en la naturaleza misma de los grupos humanos, o sea, en sus características físicas” (p. 24)

Ante esta circunstancia, es de suma importancia analizar esta forma de representación mediática, ya que históricamente ha sido posible comprobar la influencia que tienen los medios de comunicación en la conformación de identidades asociadas a valores, positivos o negativos, según sea la intencionalidad de quienes construyen los diversos productos comunicacionales<sup>1</sup>.

De ahí, la relevancia de visibilizar la existencia de productos comunicacionales racializados, toda vez que los medios de comunicación son pieza clave de la educación y del ejercicio de derechos democráticos, donde un derecho ciudadano

---

1. Recordemos la experiencia vivida durante la 2a Guerra Mundial, donde el incipiente uso de la propaganda en radio y cine, construyó identidades asociadas a estereotipos negativos contra la población judía en la Alemania Nazi.

también lo constituye, la representación digna de todos los grupos poblacionales pertenecientes a una nación.

Por ello son tan importantes las campañas de información, de visibilización y la necesaria inclusión en la historia de México, sobre los aportes hechos por mujeres y hombres afrodescendientes a la cultura y su participación en la construcción de nuestro Estado-Nación. El reconocimiento pleno, implica asumir que la población afroamericana existe y que es cofundadora de nuestra Nación, por tanto, merecedora de ejercer plenamente sus derechos.

Los medios de comunicación, como extensión de la cultura patriarcal constituyen instituciones socializadoras, por lo que se requiere una nueva alfabetización para los medios, alfabetización en clave de democracia genérica; ya que en la actualidad los medios reafirman creencias y estereotipos sexistas y racistas al no representar a la sociedad mexicana en su compleja diversidad; de ahí la relevancia de problematizar las representaciones simbólicas que construye la televisión mexicana y cómo se estereotipa-esencializa, de manera específica a las mujeres afroamericanas.

### **Situación de las mujeres afro, las más invisibles de nuestra historia**

Y si hablamos de invisibilización, las mujeres afroamericanas han sido las que más han sufrido este proceso; pese a que ellas también participaron de las gestas históricas de Independencia y Revolución mexicanas, sus nombres han sido olvidados, pues nunca fueron registrados en los escritos históricos.

En una historia que ha sido escrita por hombres vencedores, reseñando las gestas heroicas de otros hombres, la participación de las mujeres ha sido negada. De manera tal, las mujeres afroamericanas son víctimas de violencia estructural que, en primera instancia deriva de su propia condición de mujeres, y que en segunda instancia deriva de su situación de afrodescendientes, lo que las coloca en una situación de mayor vulnerabilidad, incluso respecto de los hombres afro. Ellas, por su condición, situación y posición como mujeres racializadas, sufren hasta triple discriminación: por ser mujeres, por el color de su piel y, en su mayoría, por ser pobres.

En el informe presentado por la Colectiva de Mujeres Afroamericanas en Movimiento (MUA Afro) y el Instituto de Liderazgo Simone de Beauvoir AC (ILSB),

durante el Encuentro nacional de mujeres afromexicanas 2022<sup>2</sup>, se realiza un análisis comparativo entre los datos presentados por el INEGI y los datos de los municipios con mayor población afromexicana, dividiéndolos en dos supuestos: aquellos que tienen entre un 40 y 70% y los de más de 70% de población afromexicana; análisis que da cuenta de la desigualdad territorializada.

MUAFRO (2022), asegura que los datos desagregados derivados del censo oficial de 2020, evidencian que se construyó un promedio afromexicano nacional, que invisibiliza las desigualdades territorializadas presentes en los municipios con más de 40% de población afromexicana y que se acentúan en municipios con más del 70%, ubicados principalmente en la costa de Guerrero y Oaxaca. Ante esta situación de exclusión las mujeres afromexicanas son las que sufren de manera desproporcionada las consecuencias de la pobreza y de falta de oportunidades educativas y de acceso a la salud, entre otras desigualdades (p. 8).

## Conclusiones

### *La justa demanda a los medios de comunicación de representar dignamente a las mujeres afromexicanas*

Pese a que la presente investigación se encuentra aún en curso, con los avances realizados resulta evidente que cuando las mujeres afromexicanas son racializadas en las producciones televisivas, estas empresas además de ejercer violencia mediática cometen aniquilación simbólica (Gaye Tuchman, 2000), contra ellas, esencializándolas e identificándolas con roles subalternos y de cuidado de “las y los otros”, en muchas ocasiones, pertenecientes a grupos raciales asociados con lo blanco-europeo.

Además, al producir programas que las estereotipan, bajo una lógica de racialización, los medios de comunicación reproducen el racismo y lo refuerzan en la sociedad mexicana en general.

En el curso de los primeros semestres de mi Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales en la UNAM, he tenido oportunidad de fortalecer mi marco teórico conceptual, para analizar la representación mediática y los procesos de construcción de

---

2. Realizado en la Ciudad de México, del 22 al 24 de octubre de 2022, convocado por MUAFRO e ILSB.

identidades desde la teoría crítica feminista; sumando la perspectiva de los estudios críticos sobre racismo, para poder iniciar con la construcción de la matriz de análisis de los capítulos de las telenovelas elegidas, las cuales serán codificadas con ayuda de la plataforma *Atlas.ti*, en el transcurso del segundo semestre de 2024. Al momento de entrega del presente artículo, para su publicación, podríamos presentar las siguientes conclusiones generales:

Los medios de comunicación deben ser un pilar fundamental para repensar los relatos sobre *cómo son*, o *cómo parece que son*, las mexicanas en la diversidad étnica-pluricultural.

Además, deben comprometerse con el cumplimiento del objetivo estratégico 240 de la Plataforma de Acción de Beijing, en materia de representación de las mujeres en los medios de comunicación, apegados al respeto de sus derechos humanos. (DPAB, 1995)

Con el avance de la presente investigación, se pretende construir la *Guía de buenas prácticas para la adecuada representación de las mujeres afro-mexicanas en los medios de comunicación*, conscientes de que los medios pueden ser un factor decisivo para lograr el reconocimiento social de las afro-mexicanas en la vida cotidiana en México. Pilar fundamental para que la racialización y el racismo, que han estado en la base de la desigualdad histórica de la población afro-mexicana, puedan ser erradicados.

Así pues, la televisión mexicana puede abonar a la construcción de nuevas narrativas, que represente a las afro-mexicanas como sujetas plenas de derecho y como sujetas portadoras de conocimiento; como posibles detentadoras de poder y como personas exitosas y felices, dueñas de sus vidas y sus destinos, capaces de generar procesos colectivos de autonomía, es decir, como mujeres empoderadas.

Como podemos evidenciar, incorporar la perspectiva de género en el diseño de productos televisivos resulta de vital importancia, toda vez que es prioritario comprender que, en el diseño de programas de ficción, es imprescindible erradicar los estereotipos sexistas y racistas que durante siglos ha impuesto una sociedad basada en un orden patriarcal, con resabios coloniales, y que ha afectado de manera desproporcionada a las mujeres afro-mexicanas.



Sólo de esta manera, se podrá contribuir a la construcción subjetiva y social de una nueva configuración de la sociedad, a partir de la resignificación de la historia, las relaciones sociales, la cultura y la política desde las mujeres y con las mujeres.

Al diseñar de manera específica telenovelas, desprovistas de sexismo y misoginia, se trabajará en favor de una sociedad con igualdad genérica, como un principio esencial en la construcción de una sociedad diversa, plural y democrática.

La propuesta de productos comunicacionales con perspectiva de género implica entonces, la planeación estratégica y el diseño de programas que persuadan a los públicos para construir una nueva forma de hacer política, en busca de una redistribución de los poderes sociales y de una transformación de los mecanismos de creación y reproducción de dichos poderes, para erradicar la opresión de género y crear poderes políticos democráticos, libres de sexismo y racismo.

Por lo anteriormente descrito, es preciso analizar a la televisión mexicana actual, desde una visión crítica para evidenciar los aspectos opresivos y enajenantes, productos de la organización social fundada en la desigualdad, la injusticia, y la jerarquización política de las personas basadas en el sexo y el color de piel.

Con miras de erradicar, del diseño comunicacional, la violencia mediática contra las mujeres afromexicanas, abandonando los estereotipos sexistas y misóginos, que las descalifican para establecer procesos de empoderamiento colectivo para transformar su situación de exclusión y discriminación en México.

## Referencias

Campos, A. (2012). Racialización, racialismo y racismo: un discernimiento necesario. *Revista Universidad de la Habana*, (273).

Castañeda Salgado, M. P. (2008), *Metodología de la investigación feminista*. CEIHC- de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Césaire, A. (2005), *Negro soy, negro me quedo*, La Vorágine.

Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (DPAB), Declaración política y documentos resultados de Beijing+5, disponible en <https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2015/01/beijing-declaration>

Encuesta Nacional sobre Discriminación (ENADIS) 2017, consultado el 25 de abril de 2023 en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enadis/2017/>

Encuesta de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCA IFT) 2022, consultada en <https://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/en-mexico-se-consumen-25-horas-de-tv-abierta-y-3-horas-en-plataformas-de-video-en-internet-al-dia>

Fanon, F. (2009), *Pieles negras, máscaras blancas*. Éditions du Seuil.

Giménez, G. (2014). El retorno de las culturas populares en las ciencias sociales. *Cultura representaciones soc*, 8(16). [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-81102014000100005](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102014000100005)

Gutiérrez Chong, N. (2012). *Mitos nacionalistas e identidades étnicas: los intelectuales indígenas y el Estado mexicano*. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.

Hall, S. (1997). El trabajo de la representación. En S. Hall (Ed.), *Representación: representaciones culturales y prácticas significantes* (pp. 13-74). Sage Publicaciones.

INEGI (2015). *Encuesta Intercensal 2015*. Disponible en <https://www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/>

Iturriaga, E., Gall, O., Morales, D., & Rodríguez J. (2021). *Mestizaje y racismo en México*. CONAPRED.

Jabardo, M. (2012). *Feminismos negros. Una antología*. Traficantes de Sueños.

*Ley General de Acceso de las Mujeres a una vida libre de violencia*, Artículo 20 Quinquies, consultado el 5 de marzo de 2023 en <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGAMVLV.pdf>

- Navarrete, F. (2018). La identidad nacional mestiza como negación del racismo. En G. Iturralde (Coord.), *Diplomado en línea Racismo y xenofobia vistos desde México*. CONAPRED-CNDH-UNAM- Red Integra.
- Mina, W. (2022). *La imaginación creadora afrodiaspórica*. Universidad del Valle.
- MUAFRO – ILSB (2022), *Desigualdad territorializada. Afromexicanas en el censo 2020*. México.
- Murillo, S. (1996), *El mito de la vida privada. De la entrega al tiempo propio*. Ed. Siglo XXI.
- Pineda, E. (2023). *Ser afrodescendiente en América Latina. Racismo, estigma y vida cotidiana*. Prometeo Libros.
- Red Integra. (2018a). ¿Qué entender por racismo? En G. Iturralde (Coord.), *Diplomado en línea Racismo y xenofobia vistos desde México*. CONAPRED-CNDH-UNAM- Red Integra.
- Red Integra. (2018b). Racialización, racialismo y racismo: un discernimiento necesario. En G. Iturralde (Coord.), *Diplomado en línea Racismo y xenofobia vistos desde México*. CONAPRED-CNDH-UNAM- Red Integra.
- Scott, J. (1990). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En J. S. Amelang, & M. Nash (Eds.), *Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*. Edicions Alfons el Magnanim; Institución Valenciana de Estudios e Investigación.
- Tuchman, G. (2000). The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media. En L. Crothers, & C. Lockhart (Eds.), *Culture and Politics*. Palgrave Macmillan.
- Velázquez, E., & Iturralde, G. (2016). *Afrodescendientes en México, una historia de silencio y discriminación*. CONAPRED-INAH.

Wade, P. (2014). Raza, ciencia, sociedad. *Interdisciplina*, 2(4).

Wieviorka, M. (2009). *El racismo: una introducción*. Gedisa.

# “NO SOY YO, ME HACKEARON”: PERCEPCIÓN DE LA SEGURIDAD DIGITAL EN JÓVENES DESDE LA EXPERIENCIA DE LA AMENAZA

Luis Daniel Velázquez Bañales  
[daniel.velazquez@politicas.unam.mx](mailto:daniel.velazquez@politicas.unam.mx)

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM.

En el clásico texto *Hacia las sociedades del conocimiento: informe mundial (2005)* elaborado por la UNESCO se observaba a las tecnologías digitales como la posibilidad de mejorar las actividades diarias como el trabajo, la educación y la economía siempre que se usaran de forma crítica y transformadora. Han pasado casi 15 años de la publicación del texto y no solo las plataformas digitales han cambiado radicalmente, sino que también la cantidad de usuarios aumentó y se aceleró debido al confinamiento por COVID-19<sup>1</sup>; sin embargo, con ese aumento no sólo incrementaron las actividades en estos entornos, sino también los riesgos digitales vinculados al uso de estas tecnologías.

Los ciberataques se han colocado como una de las preocupaciones más importantes a nivel internacional, de acuerdo con el Foro Económico Mundial (2023) la ciberseguridad se colocó en el 4to lugar en riesgos globales no sólo por las tecnologías digitales, sino también ahora por la irrupción de la Inteligencia Artificial. En ese sentido, el objetivo de este artículo se propone a explorar cómo es que los usuarios experimentan este tipo de amenazas digitales y cómo les afecta en su derecho a comunicar. El estudio se basa en una metodología de carácter cualitativo para el que se ha

---

1. La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (2019) señaló que el 69.6% de la población era usuaria de Internet y al cierre del 2021 —en período pandémico— 75.6%, es decir, ha sido el aumento más grande desde 2018.

elegido la Etnografía Digital como el método predilecto para observar en línea las situaciones de peligro como las prácticas de los usuarios ligadas a estas experiencias.

La investigación se divide en cuatro apartados. El primero sitúa el contexto de los riesgos digitales en el caso de los jóvenes usuarios y cómo es que esta problemática afecta de forma directa su relación con la tecnología y su derecho a comunicar; en el segundo, se recurre al marco explicativo de la sociología del riesgo para proponer un modelo triádico que analiza el peligro digital desde tres ejes: la experiencia del peligro, el *modus operandi* de los atacantes y la gestión del peligro; en el tercer apartado de esta investigación se muestra el diseño metodológico que se elaboró desde la etnografía digital y finalmente, los resultados que hacen énfasis en comprender la dinámica de los riesgos digitales en el contexto específico de los jóvenes usuarios, así como en la formulación de estrategias para gestionarlos.

### **Riesgos digitales: un panorama de sus implicaciones**

No cabe duda de que la conectividad alcanzada durante la pandemia por Covid-19 aumentó los usos sociales que realizamos de las tecnologías digitales, sino que también aumentó la preocupación sobre las amenazas derivadas de su uso. Si bien, ninguna persona está exenta de vivir algún día estos riesgos, pues no existe tecnología alguna que sea infalible (Arroyo et al., 2020). Diversos tipos de riesgos digitales aumentaron de forma alarmante durante la pandemia por COVID-19: 907 000 correos basura, 737 incidentes de tipo malware y 48 000 URL maliciosas (Interpol, 2020). Y por otro lado, de acuerdo con una encuesta lanzada por la Unión Interamericana de Telecomunicaciones (UIT) de la ONU en 2022, se señala que el 40% de usuarios están preocupados por el aumento del ciberacoso, el grooming y las deficiencias en la protección de datos personales.

La Asociación Mexicana de Internet reportó en su último estudio de ciberseguridad (2023) que, por rango de edad, el 44% de los jóvenes entre 26 y 35 son quienes más usan las aplicaciones de seguridad para protegerse de ataques informáticos o ciberacoso. El Índice Global de Civilidad Digital (2023) elaborado por Microsoft reportó que el 78% de los mexicanos de estas edades tuvieron una experiencia de riesgo en el último año, de acuerdo con el estudio las mujeres viven más riesgos respecto al riesgo personal (53%), cyberbullying (40%) y a la explotación o abuso

sexual (37%), mientras que los hombres parecen tener una mayor tendencia a ser víctimas de la desinformación (63%).

Con cada práctica de uso de tecnología también hay posibilidad de encontrarse con riesgos que afectan esas actividades, el mismo reporte de la Asociación de Internet (2023) señaló que el robo de datos personales (81.50%), la recepción de virus en dispositivos (58.40%), la invasión a la privacidad (57.60%), el fraude (52.30%), las noticias falsas (52%), recibir contenidos inadecuados o desagradables (26.60%) y el ciberacoso (21%) son los riesgos que más preocupan a los usuarios en los entornos digitales.

Estas estadísticas no sólo vislumbran las problemáticas asociadas a la vulneración de la seguridad digital, sino que muestra cómo la construcción de lo que se considera riesgo es polisémica. Riesgo es violencia digital, sí, pero no sólo violencia digital. Riesgos son los ataques informáticos, sí, pero no sólo ataques informáticos. Riesgo es la usurpación de dispositivos digitales para intervenirlos, sí, pero no sólo son esto. El riesgo digital, en ese sentido, no sólo se queda en el nivel digital, trasciende a lo físico y viceversa, de acuerdo con D'Antonio & Pancorbo (2019) la brecha que separa lo digital de lo físico hoy día está difuminada.

Analizar la percepción del riesgo dentro de los entornos digitales implica entender cómo la vulneración y uso de la información a través de los riesgos físicos, informáticos o simbólicos afecta la relación de los usuarios con estas herramientas e impiden procesos de apropiación digital clave como el ejercicio del derecho a la comunicación. Vega (2007) señala que el derecho a la comunicación es un prerequisite central para garantizar la participación ciudadana, la libertad de expresión y el acceso universal a la información y el conocimiento.

El derecho a la comunicación y la información no sólo se refiere a lo que Gumucio-Dagron (2018) nombra como “al conjunto de los otros derechos relativos, como son el acceso a la información, la libertad de opinión, la libertad de expresión, la libertad de difusión”, sino a cómo Internet representa una herramienta y espacio donde se extiende el derecho a comunicar y las demás garantías de la Declaración Universal de los Derechos Humanos: “Afirma que los derechos de las personas deben estar protegidos en Internet, en particular la libertad de expresión, que es aplicable sin consideración de fronteras y por cualquier procedimiento que se elija” (ONU, 2003).

De hecho, una parte importante de la literatura especializada está enfocada en el análisis de las políticas públicas y las legislaciones en materia de derechos digitales para garantizar la seguridad digital de los usuarios, (ONU, 2003). Otros trabajos además de señalar que las legislaciones son importantes como parte de la defensa de los usuarios, también destacan la importancia de trabajar desde las alfabetizaciones digitales para la formación de habilidades digitales que permitan que los usuarios enfrenten de forma más consciente estos riesgos, (Garay, 2021), (Morales, 2019). En ese sentido, los riesgos digitales se colocan como una amenaza que puede mermar la participación, en este caso, de adultos jóvenes en los escenarios digitales.

### **Fundamentación Teórica**

El análisis sobre los riesgos digitales puede entenderse desde el marco explicativo de la sociología del riesgo, esta perspectiva señala que el desarrollo tecnológico en aras de mejorar la producción social, también ha desatado amenazas que afectan a los individuos (Beck, 1996); es decir, en las sociedades contemporáneas con el desarrollo de las tecnologías digitales se han identificado oportunidades de cómo el acceso, uso y apropiación de ellas pueden mejorar actividades laborales (Palermo et al., 2020), educativas Aparici (2011), Garay (2019), de participación ciudadana como en movimientos sociales (Jaffé, 2018), Rovira, (2017) y de ocio (Gómez-Miguel & Calderón-Gómez, 2022) sin embargo, también habría que preguntarse cómo las prácticas digitales están en constantes riesgos que pueden afectar la experiencia del individuo en su relación con las tecnologías y evitar procesos de participación y expresión clave para el ejercicio de sus derechos.

Para empezar, hay que definir qué es aquello que nombramos riesgo digital. Para Ulrich Beck (1996) y Niklas Luhmann (1992) la idea de riesgo está relacionada con aquella idea de un futuro poco favorable y que busca evitarse, “aún no han tenido lugar, pero que son inminentes y que precisamente en este significado ya son reales hoy” (Beck, 1996, p. 39). El riesgo es aquella amenaza que acecha la tranquilidad de las personas, produce incertidumbre, pérdidas, escasez, miedo, sufrimiento y, por supuesto, dolor; por otro lado, la amenaza ya no es una posibilidad o riesgo potencial, sino que es aquel daño que se ha materializado en el presente: no podría ocurrir, está ocurriendo en el aquí y ahora (Le Breton, 2012).



En este sentido, para los fines de esta investigación se entenderá riesgo digital como la posibilidad de sufrir algún tipo de daño o amenaza derivado del acceso, uso y apropiación de tecnologías digitales. Para Le Breton (2012) los riesgos pueden manifestarse y afectar en distintas dimensiones a los individuos, esto depende del tipo de amenaza que se estudie, particularmente en las tecnologías digitales, pueden identificarse tres dimensiones del riesgo: 1) A nivel físico (hardware) a través de la usurpación del dispositivo físico con el fin de acceder a la información personal (Bürkli, 2020; Chupillón-Chuque, 2022); 2) A nivel informático (software) a través de la vulneración de los sistemas informáticos para acceder a la información del usuario (Arroyo et al., 2020); 3) A nivel simbólico o social, es decir, a las formas de violencia preexistentes que aprovechan la arquitectura digital de las plataformas para reforzar la exclusión, la discriminación y la desigualdad que afectan la dignidad o integridad del usuario (Wajcman, 2006). La amenaza digital será aquella experiencia materializada de estos riesgos digitales que están transcurriendo en el momento: “el peligro se toma como variable independiente y la respuesta de las personas como dependiente” (Lupton, 2013, p. 20).

Riesgo y amenaza son dos caras de la misma moneda en el contexto de los riesgos digitales. Mientras que el riesgo digital se refiere a la posibilidad latente de sufrir un daño, la amenaza digital representa la situación concreta de estos riesgos en un momento específico. Ambos elementos están ligados a la experiencia de los sujetos, pues construyen el sentido de peligro con base a lo que viven: “el riesgo se negocia constantemente como parte de la red de interacción social y formación de significado” (Lupton, 2013, p. 31).

Cuando los sujetos se encuentran en una situación de peligro, recurren a experiencias propias o de otros como una forma de “conocimiento a mano” (Schutz, 1974, p. 39) que ayuda a tomar decisiones sobre la gama de estrategias que pueden poner en práctica para mitigar el peligro al cual han sido expuestos, la gestión de las amenazas son justo ese abanico de formas que ponen en práctica los sujetos para enfrentar esas consecuencias: “implica mucho más que identificarlos, clasificarlos, valorarlos y monitorearlos antes de que surjan, también significa mitigar el efecto de los que se presentan” (Mora, 2022, p. 7)

A partir de lo anterior se pueden trazar una ruta de cómo los sujetos construyen el significado que le otorgan a los peligros digitales: 1) La experiencia del peligro: como aquellas prácticas y comportamientos que producen una situación de amenaza; 2) La modalidad de peligro: como aquel *modus operandi* o proceso en el que un atacante genera el daño al usuario y 3) la gestión del riesgo, es decir, la forma en que los usuarios despliegan una serie de acciones para enfrentar dichas amenazas y recuperar lo más pronto posible el control de sus bienes digitales. Este modelo triádico permite la observación de las prácticas del peligro sobre la base de lo que los usuarios hacen en redes sociodigitales cuando son víctimas de algún peligro, identifica el cómo los atacantes se hicieron con la cuenta del usuario e indica las acciones que tomaron los individuos para mitigar el daño en curso.

## **Metodología**

Esta investigación parte de una metodología de carácter cualitativo donde será necesario conocer las atribuciones de significados que las personas construyen socialmente sobre el riesgo en sus prácticas digitales, se entiende por prácticas a aquellas acciones que los sujetos hacen en estos entornos (Rodríguez, 2022). Con ello se hace eco a la teoría Berger y Luckmann (1968), quienes parten de concebir la realidad desde el análisis fenomenológico, desde esta perspectiva el objetivo es identificar cómo se construye intersubjetivamente la realidad a través de las experiencias compartidas entre sujetos, “un análisis fenomenológico detallado revelaría las diversas capas de experiencia y las distintas estructuras de significado que intervienen” (Berger & Luckmann, 1968, p. 36).

Particularmente se ha elegido el método de la etnografía digital como base para la observación de prácticas que los usuarios detectan sobre la construcción de la noción de riesgo. A través del método etnográfico es posible sumergirse en los contextos sociales y culturales de los participantes al observar sus prácticas tanto en línea como fuera de ella. La aproximación desde una perspectiva cualitativa permite obtener una comprensión holística de cómo los riesgos digitales se entrelazan con las dinámicas sociales y cómo les atribuyen significado.

Se entiende por etnografía digital aquel método mayoritariamente cualitativo que tiene como objetivo la observación y el análisis del significado que los sujetos

le otorgan a sus prácticas digitales tanto dentro de línea (*online*) como fuera de ella (*offline*), (Bárceñas & Carreño, 2019). Estas prácticas están conectadas con todos aquellos dispositivos, plataformas, aplicaciones que se integran a nuestras actividades y remite a un campo que no es fijo, sino que está constantemente en movimiento. Por ello, el etnógrafo de lo digital comprende que el campo se construye estratégicamente (Hine, 2020).

En ese sentido, la etnografía digital puede ser un método central para evaluar cómo los usuarios significan y responden a los peligros a través de su actividad en línea. Esto implicaría observar cómo los significados del riesgo impactan en su comportamiento en línea, cómo se negocian las prácticas de seguridad y analizar las formas en que se mitigan estos riesgos, en caso de que lo hagan.

Por supuesto en estas preguntas influyen varias condicionantes sociales que intervienen en las prácticas de riesgos de los jóvenes usuarios, pues analizar cómo se construye el sentido del riesgo implica desde la teoría de la práctica, “restituir al actor en el proceso social sin perder de vista las estructuras que condicionan (y también habilitan) la acción social” (Ortner, 2006, p. 15).

### ***A. Construcción del campo etnográfico***

La observación comenzó en la red sociodigital de Facebook, dicho criterio se estableció porque es la red con más usuarios activos — 95.60% Asociación de Internet MX (2023)— y porque la estructura de la plataforma está orientada a que los usuarios mantengan comunicación con sus contactos más cercanos. La observación comenzó con un itinerario de búsqueda basada en una expresión recurrente que usan los usuarios cuando son víctimas de un riesgo digital: “me hackearon”.

La búsqueda basada en expresiones permite la conexión con múltiples espacios de la plataforma, un usuario puede postear una denuncia en su perfil aunque el ataque se haya efectuado en su banca digital, instagram, etcétera, para fines de la observación se decidió utilizar tanto las denuncias como los comentarios más relevantes que aparecen al inicio del hilo de los comentarios. Dicho proceso de observación se realizó durante dos meses, del cual se pudieron obtener un total de 53 observaciones registradas de forma manual, asimismo, se realizaron cinco entrevistas fugaces a usuarios que postearon ser víctimas de alguna amenaza con el objetivo de complementar la observación de prácticas en Facebook, con la experiencia de primera mano de los usuarios.

Para dicho análisis se analiza precisamente el modelo propuesto para el análisis del peligro desde la sociología del riesgo, la cual reconoce tres aspectos relevantes dentro de una situación de amenaza:

### ***B. Categoría analítica de la amenaza***

Los observables empíricos se sistematizaron con base en la propuesta triádica: experiencia de la amenaza, modalidad de la amenaza y gestión:

- 1) La experiencia de la amenaza: donde se describen las prácticas que llevan a cabo los usuarios en el momento de un peligro.
- 2) Modalidad de la amenaza: que se refiere a describir cuál fue el objetivo del daño y cómo se realizó.
- 3) Gestión: se refiere a las estrategias o formas de mantener el control de las consecuencias del peligro.

La configuración que se usó para la búsqueda sigue la siguiente ruta de filtración:

1. Usar la opción “Publicaciones”
2. Se utilizó el filtro “más recientes” para que la búsqueda arroje *aproximadamente* lo más actual.
3. Se usó el filtro “Cualquier persona” para que, *en su mayoría* arroje denuncias de usuarios que colocan su perfil público.
4. Se decidió registrar aquellas denuncias de perfiles que, en su mayoría, mostraban fotografías que colocaban al usuario como un sujeto joven, se quitaron aquellas observaciones que no tuvieran fotografías.
5. Se realizaron algunas entrevistas fugaces a usuarios que fueron víctimas de algún tipo de riesgo digital.
6. Todo dato personal que identificara al usuario fue borrado para protección de los usuarios.

Se usan palabras como “aproximadamente” o “en su mayoría” ya que después del caso de Cambridge Analytica, los mecanismos que hacen funcionar la búsqueda

de palabras clave cambiaron para proteger la privacidad de los usuarios. De acuerdo con las políticas de Facebook<sup>2</sup>, los resultados de las búsquedas por palabras clave se basan en la actividad de cada usuario en la plataforma, por lo tanto, la observación se realiza bajo las condiciones y limitaciones propias de esta plataforma digital. Lejos de ser limitativa, muestra las vicisitudes de hacer investigación basada en el método de la etnografía digital.

## Resultados

### *Experiencia de la amenaza*

**Figura 1**

*Denuncia en Facebook sobre caso de fraude*



*Nota.* El screenshot compartido en el perfil de un tercero muestra cómo un atacante trata de aparentar ser el usuario para cometer el fraude.

La experiencia de la amenaza se refiere a aquellas prácticas que emplean los sujetos durante una situación de peligro. Se describe qué acciones se desencadenan

2. A partir del caso de Cambridge Analytica, Facebook cambió radicalmente su red para evitar búsquedas de palabras de forma tan específica, ahora su plataforma sólo permite buscar palabras clave que están determinadas por la actividad del usuario que las busca. Para consultar en: [https://www.facebook.com/help/113625708804960/?helpref=uf\\_share](https://www.facebook.com/help/113625708804960/?helpref=uf_share)

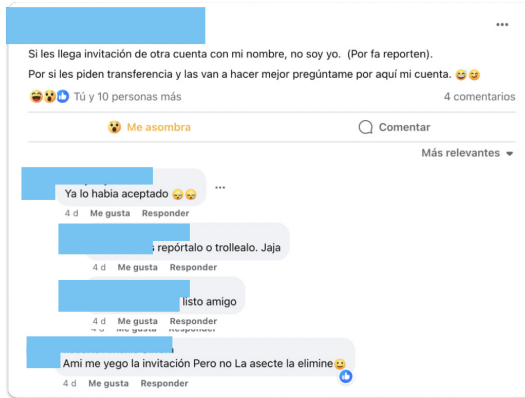
en una situación de amenaza en curso y con qué actitud los usuarios afrontan una amenaza. De manera generalizada, los usuarios colocaron su denuncia en Facebook para informar a sus contactos más cercanos que les habían hackeado sus cuentas, que hicieran caso omiso y que reportaran la cuenta para evitar que alguien cayera en la estafa, la extorsión o el acoso. Regularmente, estas denuncias que colocan en su perfil de Facebook va acompañada de capturas de pantalla para evidenciar el *modus operandi* del delincuente. Colocan mensajes donde usan emojis de alerta roja para evitar que otros caigan en la misma situación. En la mayoría de las observaciones, la actitud ante el peligro es alarmista, se busca mantener a los contactos bajo aviso y que estén atentos para evitar una víctima más, (Figura 1).

Sólo en contados casos los usuarios reaccionaron de forma relajada, aunque sí avisaron a sus contactos sobre la amenaza, estos reaccionaron de forma tranquila y un tanto despreocupada, de acuerdo con una entrevista que se estableció con un usuario, éste señaló:

Me lo tomé con un poco con humor, una, porque ya vi que no había pasado nada grave: segunda, porque me parece un poco absurdo cuando la gente cae en este tipo de situaciones y que un contacto te escribe de la nada y te pide dinero y tú caes como si nada o que tiene una conducta digamos inusual y tú caes. Sabes, eso me da mucha gracia. Entonces por eso también puse el mensaje y no quise poner el típico mensaje también de: 'hey me hicieron una cuenta falsa'. Por privado les escribí a mis contactos más cercanos, les mandé mensaje de que hay una cuenta que se está haciendo pasar por mí, si les escribe y les pide cualquier cosa no hagan caso. (@Usuario\_1)

El @Usuario\_1 adopta una actitud de prevención, tiene conocimiento sobre las formas de actuar de los ciberdelincuentes y, aunque es una situación incómoda, no se alarma. Esta actitud está relacionada con lo que Bárcenas & Carreño (2019) señala sobre la racionalización de la confianza, es decir, existe un cálculo previo de las amenazas que pueden estar presentes y, aunque el sujeto se encuentra en ella, rápidamente regresa a una posición racionalizada para tomar decisiones y gestionar el peligro. A diferencia de otros usuarios, éste contactó de manera directa a sus conocidos más cercanos y como medida extra avisó a sus demás contactos, pero con un mensaje que no invitaba a otros a alarmarse, sino que aludía más a tomarse la situación con relativa broma.

**Figura 2**  
*Aviso sarcástico del usuario*



*Nota.* A diferencia de otros usuarios, este registro resalta por su actitud tranquila y sarcástica sobre la amenaza que vivió.

De acuerdo con los registros, una de las características de las amenazas digitales es su estrecha relación con otras plataformas. Muchas de las aplicaciones que se utilizan de forma cotidiana, usan la misma información para autenticarse y el peligro aumenta cuando dichas aplicaciones son de la misma compañía, por ejemplo, Facebook, WhatsApp e Instagram que forman parte de Meta son objeto de hackeo en la mayoría de la evidencia registrada. Otro aspecto a resaltar es que el anonimato como forma de protección de los atacantes produce la sensación de un conflicto que no concluye, no sólo se desconoce la identidad del atacante, sino que después de la vulneración no se sabe con certeza qué información pudo extraer de los perfiles y el destino que tenga el uso posterior de esos datos.

### ***La modalidad de la amenaza***

Se entiende por modalidad del peligro a la descripción del *modus operandi* del delincuente y cuál fue el objetivo del daño. En la mayoría de los casos se observó que el principal objetivo era la ganancia económica a través de dos modalidades: 1. Fraude: fue la más común entre los registros y consistió en el engaño con el fin de obtener una ganancia económica; 2. Extorsión: esta fue la segunda modalidad, para este caso se usa algún tipo de coerción o intimidación para obtener algún beneficio.

La menos frecuente, hasta el momento, fue aquella cuyo principal objetivo era la intimidación específicamente de las mujeres, a diferencia de las otras dos modalidades, en ésta existía previamente una relación de amigos o pareja que usó el dispositivo digital de forma intencional para perjudicar la integridad de las mujeres, es decir, se observa cómo permean relaciones de poder en cuanto al género.

En cuanto al fraude, se observaron tres modalidades para generar el engaño:

1. *Recurso emocional*: El estafador que ha tomado control de la cuenta envía mensajes a los contactos de la víctima, describe que se encuentra en una situación ficticia de vulnerabilidad y solicita ayuda económica mediante la transferencia de dinero; 2. Promesas de aspiración: el estafador, ya sea utilizando la cuenta de la víctima o creando una cuenta falsa, presenta una aplicación o negocio ficticio donde relata cómo pueden incrementar sus recursos económicos mediante supuestas inversiones exitosas, luego anima a otros a participar, prometiendo aumentar sus ganancias; 3. Por medio de la venta de productos: el delincuente comete fraude al hacerse pasar por la víctima y vender productos de tecnología a precios bajos, los cuales resultan ser falsos.

### Figura 3

*Mensaje compartido por usuario víctima de extorsión*



*Nota.* La imagen muestra cómo el usuario se resistió a la extorsión, ya que no cede a la amenaza de su atacante.

En cuanto a la extorsión, se presentaron registros donde se amenaza a la víctima con publicar fotos, videos o material para dañar la reputación de la víctima



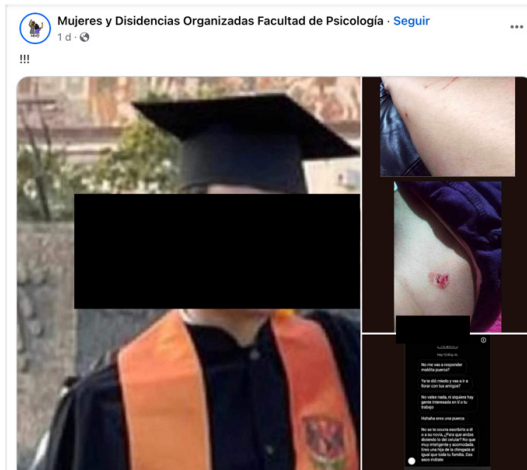
para obtener algún beneficio económico. En esta modalidad, se extrae información de la cuenta (riesgo digital) y luego se usa para amenazar la imagen de un usuario (riesgo simbólico). En uno de los casos, el delincuente no obtuvo lo que quería, pues al usuario no le interesaba que publicara ese material y así logró evitar la extorsión (Figura 3). Esto muestra cómo se busca el beneficio económico para evitar un daño simbólico vinculado a la identidad digital, ésta pierde su valor cuando el usuario no toma en serio su cuenta como parte de sí mismo.

En cuanto a la violencia digital se registraron dos casos de mujeres a quienes les hackearon las cuentas para intimidarlas o amenazarlas. La primera fue ejercida por un conocido de la víctima quien robó su cuenta de iCloud, con ella logró acceder a todas sus cuentas, se hizo pasar por la víctima y solicitó fotos de desnudos a usuarias tanto adultas como a menores de edad, haciéndose pasar por ella. En este caso la usuaria identificó a su agresor, no sólo lo denunció, sino que lo enfrentó cara a cara, lo grabó y lo compartió a través de Facebook. En esta modalidad, se observa cómo el agresor obtiene información digital que le permiten vincularse con la cuenta de la víctima (riesgo digital) y, finalmente, se busca dañar la imagen de la persona (riesgo simbólico).

El segundo caso de violencia tuvo que ser compartido de forma anónima a través de una organización, ya que la víctima continúa en una situación de vulnerabilidad. El caso que se narra a través de esta organización narra la historia de una estudiante universitaria que ha sido acosada y amenazada por su expareja y su familia. La usuaria detectó un hackeo en su cuenta de Facebook en 2020, ella no sabía que su entonces pareja se hizo pasar por alguien más, quien escribía mensajes de odio contra ella en su perfil. Cuando decidió denunciar al Ministerio Público, la madre del exnovio la acorraló y le arrebató el celular para cambiar la contraseña de la cuenta de Facebook y eliminarla: “Al día siguiente me contactó para decirme que si tanto amaba a su hijo dejara de ensuciar su nombre y dejara de inventar cosas”, destaca el mensaje compartido por la asociación.

## Figura 4

*Imagen compartida por la asociación sobre el agresor*



*Nota.* En este caso, la víctima aunque denunció ante el Ministerio Público, no pudo hacer nada en contra de su agresor.

Desde entonces la usuaria no ha parado de recibir mensajes a través de todas sus cuentas, según narra, sus cuentas fueron filtradas en páginas de pornografía. No sólo ella ha vivido ese acoso, sino que también su actual pareja y su mamá. A pesar de la denuncia impuesta por ella, el MP estancó el procedimiento, pues la expareja la había denunciado primero por “amenaza de arma”. En este caso se observan las tres dimensiones del riesgo actuando: primero en lo digital a través del hackeo de la cuenta de la usuaria; luego a través de quitarle su celular para borrar todo tipo de evidencia y, finalmente, el simbólico, donde se observa constantemente el acoso y el hostigamiento hacia su persona para desprestigiarla y exponerla en sitios de pornografía.

Aunque sólo se registraron tres observaciones donde la construcción del peligro estaba asociada a la violencia de género, al realizar un conteo sobre el género de los usuarios que se registraron en la guía de observación se muestra cómo la mayoría de los ataques ya sean físicos, informáticos o simbólicos son efectuados principalmente hacia las mujeres (Tabla 1). Estas observaciones coinciden con las del Reporte de Civildad Digital de Microsoft, el cual reveló en 2021, que el 60% de los ataques digitales fueron dirigidos a las mujeres. En el caso de los hombres, la noción de la

amenaza está más relacionada con el ataque informático y no con un ataque frontal a su integridad personal.

**Tabla 1**  
*Género de los usuarios que denunciaron*

Género	Contador
Hombre	10
Mujer	37
N/A	6
<b>Suma total</b>	<b>53</b>

Elaboración propia.

### ***Sobre la gestión del riesgo digital***

Se entiende por gestión del riesgo a la habilidad del usuario para tomar decisiones y generar estrategias para mitigar las consecuencias del peligro, es decir, de la amenaza o daño que está en curso. A partir de las observaciones registradas, se identificaron tres formas de gestionar el riesgo: 1. Instrumental: donde se usan las herramientas de seguridad que provee la propia plataforma digital y que consiste en reportar, bloquear o eliminar la cuenta vulnerada; 2. Colaborativa: donde se comparte la denuncia a través de Facebook para que más usuarios se sumen al reporte de la cuenta y se cierre con más rapidez; 3. Institucional: donde se recurre a las instancias correspondientes para interponer una denuncia por fraude, extorsión o violencia, o incluso, para investigar el caso.

En cuanto a la estrategia instrumental se observó que los usuarios recurren a esta estrategia como parte de las medidas de gestión necesarias, antes de cualquier forma de gestión, se recurre a las herramientas que provee la plataforma; a pesar de ello, usuarios reportaron que las cuentas clonadas, falsas o intervenidas no cerraron después de los reportes generados, o bien al poco tiempo de cerrarla, volvieron a abrir la cuenta y a seguir con los fraudes. En ese sentido, se observa que la forma instrumentalizada de las propias herramientas no son suficientes e incluso se esquivan con facilidad. Algunos usuarios que no pudieron recuperar sus cuentas, abrieron nuevas, sin la certeza de que su cuenta anterior haya sido cerrada.

En cuanto a la estrategia colaborativa se observó todo un proceso de organización donde los contactos de las víctimas se unían para denunciar las cuentas, además compartían capturas de pantalla de la mensajería de Messenger para que sirvieran como prueba del hackeo. Esta estrategia implica que muchos usuarios denuncien simultáneamente una cuenta para eliminar o bloquear la cuenta con mayor rapidez y evitar que se propaguen los fraudes. Aunque esta estrategia es efectiva, sigue dependiendo de la plataforma y ésta puede reabrir la cuenta.

Aunque en menor medida, la tercera estrategia fue la resolución vía institucional. Esto implica acudir a instancias como la Policía Cibernética para cerrar o bloquear la cuenta y al MP para interponer una demanda contra la persona que hizo fraude. En este caso, la Policía Cibernética es efectiva para cerrar cuentas y detectar el origen de varias conductas fraudulentas y, aún así, fue la forma menos frecuente para gestionar uno de estos peligros. El MP, por otro lado, aunque es la medida legal para atender casos de fraude, su procedimiento se vuelve una medida hostil y violenta para el propio usuario que interpone la denuncia. Una @Usuaría\_2 entrevistada interpuso una demanda por fraude digital y señaló:

No quiero abrir otro Facebook, pero a la vez sí quiero. No quiero, porque ya no quiero pasar otra vez por esto y tener que pasar tiempo en el Ministerio Público y con la Policía Cibernética. Llevo tres meses con esto y no le deseo a nadie lo que pasé en el MP. El ambiente es súper hostil y yo que soy del Estado de México, pues los trámites son lentísimos. Y sí quiero porque ahí veía memes, me enteraba de mis amigos y los chismes. Luego me fui enterando en el hospital que ya parecía una moda muy fuerte que le estaba sucediendo a mucha gente y que le piden dinero a conocidos o familiares. (@Usuaría\_2)

El testimonio revela cómo las denuncias formales a través de instituciones aunque son las vías legales, no necesariamente son las más inmediatas para actuar en este tipo de casos. Se genera la disyuntiva de acudir a ellas y resolver o quedar en el limbo de la burocracia. La usuaria además señala cómo su relación con los escenarios digitales se ha visto afectada, pues no sabe si abrir una nueva cuenta o quedarse sin acceso a Facebook como medio de comunicación con familiares y amigos. Por otro lado, la experiencia del peligro puede desatar acciones *a posteriori* para ser más precavidos en el futuro. La @Usuaría\_3 señaló que a partir de un intento de hackeo

de su cuenta de Facebook, la usuaria decidió tomar medidas que antes no tenía consideradas para la prevención:

De momento creo que justo impactó en cómo percibo la ciberseguridad de alguna de mis redes. Entiendo por ejemplo, que en mi caso pudo ser un error de dedo en el momento de anotar el correo o tal vez sí se intentó ser un ataque real. Pero siguiendo los protocolos básicos de ciberseguridad (verificación a dos pasos, cambio constante de contraseña y no compartir información personal a la ligera) pueden servir mucho. Por ejemplo, ayer ya cambié la contraseña del Facebook y también me puse un recordatorio para volverla a cambiar en unos meses. También me puse a revisar por si acaso tengo la contraseña de Facebook repetida en algún otro sitio. No suelo hacer eso, pero a veces por la inmediatez de crear una contraseña, las puedes repetir sin querer. (@Usuaría\_3)

Por otro lado, en los registros de observación se identificó una constante en las denuncias: en la caja de comentarios aparecían usuarios recomendando empresas o especialistas que prometen recuperar la cuenta de los usuarios y no sólo eso, al indagar un poco más sobre estos usuarios, también brindan otros servicios como el siguiente (Figura 5):

**Figura 5**

*Imagen compartida por un usuario que ofrece servicios de hackeo*



La imagen revela que, además de los servicios de recuperación de cuentas, los usuarios tienen la opción de acceder a información de otros. Aunque a primera vista estas acciones podrían considerarse como parte del hacking ético, un análisis más detenido revela prácticas que comprometen la seguridad de las cuentas de terceros: los usuarios están dispuestos a pagar el precio para intervenir cuentas de otros y vigilar sus actividades. Aunque esta no es una estrategia del todo formal, los usuarios recurren a ellos, pues ni las empresas ni las instituciones parecen solucionar las problemáticas como el fraude y la extorsión. En análisis posteriores habría que preguntarse sobre el papel de los hackers como una figura capaz de brindar soluciones fuera de un marco normativo y conocer cómo impacta su servicio en la seguridad o generación de riesgos para terceros.

## **Conclusiones**

Los resultados obtenidos a partir de la etnografía digital revelaron que la noción de peligro está asociada principalmente a ataques vinculados con la dimensión informática, es decir, a través del fraude y la extorsión. En estas experiencias lo que se observa es cómo el atacante aprovecha alguna vulneración de las cuentas de los usuarios para apropiársela y embaucar a otros usuarios. La usurpación de la cuenta otorga cierto poder a los atacantes, ya que usan la confianza construida alrededor de un perfil para engañar a otros usuarios y cometer acciones maliciosas. Cuando el usuario recobra el control de su cuenta, no existe certeza de la cantidad y tipo de información que se extrajo para cometer otro tipo de delitos, lo que muestra que las soluciones vinculadas con la seguridad digital se vuelven inciertas e incompletas.

Los resultados revelan, además, la necesidad de sensibilizar a los usuarios sobre los riesgos digitales y la importancia de tomar medidas para la prevención del riesgo y la mitigación del peligro. La mayoría de los usuarios mostraron una actitud alarmista frente a las amenazas que vivieron, esto puede disminuir su presencia en los escenarios digitales tal como se observó en el testimonio de la Usuaría\_2. Una minoría muestra una actitud más relajada y resalta la importancia de que la gestión del riesgo debe construirse sobre la base de una confianza racionalizada en línea, es decir, toman en cuenta que estas tecnologías son falibles, por tanto mantener la calma es un aspecto central en la mitigación del peligro.

Por otro lado, la diversidad de modalidades de peligro registradas tales como el fraude, la extorsión y la intimidación específica a un género, muestra la complejidad de los riesgos en los entornos digitales. La presencia de violencia digital dirigida a mujeres pone de relieve la necesidad de abordar las desigualdades de género en estos espacios. El estudio de Ortiz-Henderson (2023) revela precisamente cómo las ex parejas son los principales perpetradores de este tipo de peligros hacia las mujeres, mismo que puede impactar en su relación con la tecnología. Esto implica diseñar estrategias específicas para gestionar cada tipo de amenaza de manera más efectiva, no obstante y cabe aclarar, el diseño de estrategias no son suficientes y se encuentran de forma limitada a la estructura tecnológica de las plataformas digitales, lo cual implica la necesidad de mejorar la eficacia de las medidas de seguridad de las plataformas y las respuestas institucionales ante los incidentes digitales.

Finalmente, las conclusiones derivadas de este estudio sugieren la necesidad de investigaciones que aborden la efectividad de las estrategias de gestión de riesgos, la implementación de medidas preventivas y la elaboración de políticas más amplias que promuevan la seguridad digital, desde la experiencia de los usuarios.

## Referencias

Aparici, R. (2011). *Educación: Más allá del 2.0*. Gedisa.

Arroyo, D., Gayoso, V., & Hernández, L. (2020). *¿Qué sabemos de Ciberseguridad?* (Primera). Catarata, CSIC.

Asociación de Internet MX. (2023). Estudio de Ciberseguridad en México [Anual]. Asociación de Internet. Recuperado de [https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/VC%20Estudio%20de%20Ciberseguridad%20en%20me-xico%202023%20\(7\)-6339c715.pdf](https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/VC%20Estudio%20de%20Ciberseguridad%20en%20me-xico%202023%20(7)-6339c715.pdf)

Asociación de Internet MX. (2022). 18o Estudio sobre los Hábitos de Personas Usuarías de Internet en México 22. <https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios/habitos-de-internet>

- Bárceñas, K., & Carreño, P. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo onlife. *Virtualis*, 10(18), 134-151. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v10i18.287>
- Beck, U. (1996). Teoría de la sociedad del riesgo. Las consecuencias perversas de la modernidad, 201-222.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad (Vol. 975)*. Amorrortu
- Bürkli, H. (2020). *Análisis de la estrategia de Celular Robado, Celular Bloqueado en el Ministerio durante el 2017 y 2018* [Tesis de Magister, Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://www.proquest.com/docview/2507167675?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcetype=Dissertations%20&%20Theses>
- Chupillón-Chuque, R. (2022). *El fraude Informático como consecuencia del robo de equipos celulares en el distrito de Miraflores 2021* [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/104063>
- Cova-Fernández, J. (2022). Derechos Humanos y Derechos Digitales en la Sociedad de la Información. *Revista DH/ED: derechos humanos y educación*, 6, 61-80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8538629>
- D'Antonio, G., & de Lima Pancorbo, M. (2019). Digital Security en la nueva era de transformación digital. *Análisis del Real Instituto Elcano (ARI)*, 32, 1. <https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2021/11/ari32-2019-dantonio-oliassdelimapancorbo-digital-security-en-la-nueva-era-de-transformacion-digital.pdf>
- Garay-Cruz, L. (2019). *La alfabetización digital, más allá del uso de las herramientas. Retos para la formación de ciudadanos en sociedades participativas*. Edulp. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/84597/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/84597/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Garay-Cruz, L. (2021). Apropiaciones digitales para el ejercicio de los derechos digitales. Estrategias alfabetizadoras para desarrollar habilidades críticas.



En J. A. Hidalgo Toledo, N. I. Medina Mayagoitia, L. M. Garay Cruz, L. Hinojosa Córdoba, L. Navarro Zamora, E. Andión Gamboa, R. Domínguez Cortina, J. Repoll, A. Vega Montiel, & J. Hernández Téllez (Coords.), *Investigar la comunicación y las nuevas alfabetizaciones en la era posdigital* (1a ed.). Ria Editorial. <https://www.riaeditorial.com/livro/investigar-la-comunicación-y-las-nuevas-alfabetizaciones-en-la-era-posdigital>

Gómez-Miguel, A., & Calderón-Gómez, D. (2022). *El ocio digital de la población adolescente*. Centro Reina Sofía sobre Adolescentes y Juventud. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/102866>

Gumucio-Dagron, A. (2018). El derecho a la comunicación: Articulador de los derechos humanos. *Razón y palabra*, 22(1\_100), 207-233. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1151>

Hine, C. (2020). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*. Routledge.

Interpol. (2020). *Ciberdelincuencia: Efectos de la COVID-19*. <https://www.interpol.int/es/Noticias-y-acontecimientos/Noticias/2020/Un-informe-de-INTERPOL-muestra-un-aumento-alarcante-de-los-ciberataques-durante-la-epidemia-de-COVID-19>

Jaffe, S. (2018). The collective power of# MeToo. *Dissent*, 65(2), 80-87. <https://doi.org/10.1353/dss.2018.0031>.

Le Breton, D. (2012). *Sociología del riesgo*. Prometeo.

Luhmann, N. (1992). Sociología del riesgo. En J. Torres Nafarrete (Ed.), *Sociología del riesgo*. De Gruyter.

Lupton, D. (2013). *Risk*. Routledge.

Microsoft. (2023). Global Online Safety Survey 2023. [https://www.microsoft.com/en-us/online-safety/digital-civility?activetab=dc\\_i\\_reports:primaryr5](https://www.microsoft.com/en-us/online-safety/digital-civility?activetab=dc_i_reports:primaryr5)

- Mora, O. (2022). Gestión de riesgos: Un desafío para las organizaciones. *Administración & Desarrollo*, 52(1), 4-19. <https://doi.org/10.22431/25005227.vol52n1.1>
- Morales, S. (2019). Derechos digitales y regulación de Internet: Aspectos claves de la apropiación de tecnologías digitales. En A. L. Rivoir & M. J. Morales (Eds.), *Tecnologías digitales: Miradas críticas de la apropiación en América Latina* (pp. 123-145). CLACSO. <https://www.jstor.org/stable/j.ctvt6rmh6.5>
- ONU. (2003). Declaración Universal de los Derechos humanos. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Ortiz-Henderson, G. (2023). Violencia digital de género en la Universidad Autónoma Metropolitana. Hacia una propuesta educativa de las estudiantes para su prevención. En L. M. Garay Cruz (Coord.), *Rompiendo el silencio. Experiencias y propuestas universitarias frente a la violencia digital*. Universidad Pedagógica Nacional. [https://scholar.google.es/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=es&user=f\\_YzQ24AAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=f\\_YzQ24AAAAAJ:isC4tDŠrTZIC](https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=f_YzQ24AAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=f_YzQ24AAAAAJ:isC4tDŠrTZIC)
- Ortner, S. (2006). *Anthropology and social theory: Culture, power, and the acting subject*. Duke University Press.
- Palermo, H., Radetich, N., & Reygadas, L. (2020). Trabajo mediado por tecnologías digitales: Sentidos del trabajo, nuevas formas de control y trabajadores ciborg. *Revista Latinoamericana de Antropología del trabajo*, 4(7), 1-35. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=668070943001>
- Rodriguez, C. (2022). *Hipermétodos: Repertorios de la investigación social en entornos digitales*. UAM, Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias de la Comunicación y Diseño. <http://ilitia.cua.uam.mx:8080/jspui/handle/123456789/1085>
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas: Comunicación y acción en la era de Internet*. Icaria editorial SA.
- Schutz, A. (1974). *El problema de la realidad social (Vol. 1995)*. Amorrortu.

Unión Interamericana de Telecomunicaciones (2022). El ciberacoso, la mayor preocupación en el Día de Internet Segura | Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2022/02/1503792>

UNESCO. (2005). Hacia las sociedades del conocimiento: Informe mundial de la UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141908>

Vega, A. (2007). Por los derechos humanos de las mujeres: La responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 49(200), 123-141. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2007.200.42567>

Wajcman, J. (2006). *El tecnofeminismo*. Universitat de València.

World Economic Forum. (2023). Global Risks Report 2023 [Anual]. WEF. <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2023/>

# PERCEPCIÓN JUVENIL SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO Y MACHISMO ANTE LA LÍRICA MUSICAL DE DANI FLOW

Ana Sofía Vega Pérez  
[anasofia.vega@upaep.edu.mx](mailto:anasofia.vega@upaep.edu.mx)

Ana Cristina Gómez Vallarta  
[anacristina.gomez@upaep.mx](mailto:anacristina.gomez@upaep.mx)

Institución Educativa  
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Esta investigación describe la percepción que 27 jóvenes, estudiantes de la licenciatura en derecho de la ciudad de Puebla, poseen sobre las manifestaciones de violencia hacia las mujeres en letras de las canciones del intérprete Dani Flow. Para alcanzar el objetivo propuesto, en inicio, se realizó una revisión de la literatura para fundamentar los tipos y modalidades de violencia, así como la noción de machismo, sexualización y cosificación femenina. Con estos constructos se analizó la percepción de seis hombres y 21 mujeres, mediante una metodología fenomenológica. La técnica de recolección de datos correspondió a grupos de discusión para obtener una “estructura de sentido compartida” (Martínez, 2017, p. 175). De esta manera, se presentaron a las y los jóvenes tres canciones, cuyo contenido manifiesta un discurso sexual explícito desde su título, tal es el caso de “Las que no tienen papá”, “Martillazo” y “Abre las patotas”, lanzadas en plataformas digitales como Spotify entre 2023 y 2024.

Estas canciones han alcanzado, cada una de 50 a 70 mil reproducciones en un mes, sólo en México, lo cual indica el alto nivel de penetración que existe actualmente hacia este artista en el país. No obstante, existe una oposición y crítica en los medios de comunicación sobre la manifestación de violencia de género que implica la letra de sus canciones. Un caso ha sido la revista The Rolling Stone, que en 2024 realizó un análisis de las respuestas que Dani Flow brindó durante una entrevista realizada por

el creador de contenido Charly Galleta, en las cuales manifiesta su apoyo al youtuber Rix frente a las acusaciones y pruebas legales de violación.

El cantante se convierte no sólo en un referente musical que promueve la violencia sexual, sino en una persona que a través de su opinión refuerza esta violencia, lo cual representa una oportunidad y una obligación para enfocar el estudio de la comunicación hacia este tipo de manifestaciones culturales que hoy día consumen audiencias adolescentes, que se encuentran en periodos de formación de criterios e identidad.

### **Fundamentación Teórica**

Nussbaum (2022), afirma que la violencia sexual hacia las mujeres es un problema que concierne a más de algunas personas, donde la cultura ha enriquecido al género masculino de diversos privilegios que subordinan el valor de las mujeres aún en formas disimuladas mediante el afecto y el respeto, esta forma de violencia asume a la figura femenina como un ente con menor valor, le niega igualdad y plenitud y las trata como una mercancía de uso masculino. Los individuos son considerados como núcleos de libre albedrío, lo cual implica que se les debe otorgar libertad para tomar decisiones fundamentales en sus vidas sin imposiciones externas. Asimismo, son portadores de una rica vida interior, donde tanto emociones como pensamientos poseen una significativa relevancia para ellos mismos y para aquellos con quienes interactúan.

La distinción entre *sexo* y *género* es esencial para comprender la complejidad de las identidades humanas y las construcciones sociales relacionadas con la masculinidad y la feminidad. Para Guzmán (2008), el término *género* ha causado confusión en el idioma español, especialmente al ser usado incorrectamente como sinónimo de *sexo* para describir las diferencias biológicas entre hombres y mujeres. Esta confusión se ha propagado incluso en contextos legales y legislativos, donde el término *género* ha sido adoptado de manera inapropiada. Es fundamental destacar que, aunque en otros idiomas como el inglés, el término *gender* puede tener un uso más amplio, en español *género* se refiere específicamente a la categoría gramatical de las palabras, mientras que *sexo* se reserva para denotar la condición biológica de los seres vivos, es decir; mientras que el sexo se refiere a características biológicas

inherentes, el género se construye a partir de normas, roles y expectativas sociales atribuidas a cada sexo en una determinada cultura.

Según Butler (2007), si pensamos en el género como las expresiones culturales que el cuerpo sexuado adopta, resulta claro que el género no puede limitarse únicamente a un sexo biológico. Al llevar esta distinción entre sexo y género a su máxima expresión, se evidencia una separación fundamental entre los cuerpos definidos biológicamente y los géneros construidos culturalmente. Hablar de violencia de género entonces, se convierte en un aspecto general que debe ser respectivamente vinculado a la identidad que presente la persona a quien se le ha perjudicado en distinto tipo y modalidad.

Las mujeres tenemos derecho a ser protegidas mediante la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. La Comisión Nacional de los Derechos Humanos (2022), presenta la definición de cada uno de los tipos de violencia hacia las mujeres que se encuentran en la ley hasta el momento, por otro lado presenta las modalidades, la forma en la que se presenta cada tipo de violencia de acuerdo al contexto en el que la víctima es afectada.

En las Tablas 1 y 2 se presentan los tipos y modalidades de violencia hacia las mujeres respectivamente desarrollados.

**Tabla 1**  
*Tipos de violencia de género contra las mujeres*

Tipo	Acción
Violencia Psicológica	Acciones o palabras que perjudican la salud emocional.
Violencia Física	Uso de fuerza física o armas para causar lesiones externas o internas.
Violencia Patrimonial	Daño a los bienes comunes o personales de la víctima, incluyendo hurto, destrucción o uso indebido de documentos personales o recursos económicos.
Violencia Económica	Control sobre las finanzas de la víctima y disparidad salarial en entornos laborales.
Violencia Sexual	Cualquier acción abusiva que dañe la dignidad, integridad o libertad sexual, que les considere como objetos y les degrade de forma pública o privada.

*Nota:* Elaboración propia con datos de CNDH (2022).

**Tabla 2***Modalidades de violencia de género contra las mujeres*

Violencia Intrafamiliar	Violencia ejercida dentro del ámbito familiar, afectando en el propio hogar.
Violencia Obstétrica	Negligencia médica durante el embarazo, parto y puerperio, causando daño físico o emocional.
Violencia Feminicida	Crímenes de odio específicamente dirigidos contra las mujeres.
Violencia Laboral	Maltrato, discriminación o acoso en el entorno laboral o docente.
Violencia Comunitaria	Transgresión de derechos y respeto por parte de grupos o comunidades en el entorno social.
Violencia Institucional	Omisión de actos por parte de los servidores públicos que deberían garantizar la protección y el respeto.
Violencia Política	Limitación de la participación política y la omisión de los derechos electorales y de función pública.
Violencia Digital	Acoso, intimidación o difamación a través de tecnologías como internet y redes sociales.
Violencia Mediática	Perpetuación de estereotipos y discriminación mediante los medios de comunicación como televisión, radio y prensa.

*Nota.* Elaboración propia con datos de CNDH (2022).

***Cosificación femenina, sexismo y sexualización***

Para De Beauvoir (2005), la mujer existía como un ser sexualizado. El término se refiere a atribuir connotaciones o características sexuales a un género en particular, en este caso, relacionar a las mujeres con lo sexual y sensual, mientras que a los hombres se les asocia escasamente con la sexualidad, más bien a su derecho y deber sexual. La autora explica que la asimetría en los géneros crea expectativas sexuales que influyen en la percepción cultural sobre las mujeres. Si bien la figura femenina se ha mantenido bajo la construcción del género dominante que le denigra en nombre de las cualidades de su sexo y la oprime por su biología, existe una contradicción en eludir su existencia como un ente sensual.

De acuerdo con De Beauvoir (2005), la desigualdad entre las categorías de género, masculino y femenino, se refleja en la construcción sesgada de los mitos sexuales. En ocasiones, se emplea la expresión *el sexo* para referirse a la mujer, asociándola con la carne, el placer y los riesgos. Sin embargo, se evita reconocer

abiertamente que el hombre también es un ser sexual y carnal, una verdad silenciada y no reconocida por la sociedad.

De acuerdo al Diccionario Ideológico Feminista de Sau (2000), un sistema patriarcal es aquella dominación histórica por medio de la “institucionalización” de la figura paterna para ejercer poder sobre las mujeres y someterlas a la maternidad, privándolas de ejercer libertad sexual, política y económica; como un sistema de orden familiar expresado a través de costumbres, rituales, lenguaje y educación. El machismo por otro lado, es un término que fácilmente puede asociarse con el patriarcado, pero este otro se caracteriza por las manifestaciones verbales o físicas que perpetúan la forma patriarcal.

Para Sau (2000), el sexismo significa la agrupación de aquellos métodos patriarcales que mantienen la inferioridad del sexo dominado, mediante la represión de la sexualidad femenina, la dominación masculina en las asignaciones laborales que no permiten a las mujeres asumir los mismos cargos o condiciones salariales, la errada interpretación superior de los órganos sexuales masculinos, división de la educación por sexos, mitos de salud física, psicológica y sexual que inferiorizan a la mujer y que a la vez crean estereotipos, sexismo cultural a través del lenguaje, que se encarga de minimizar y ultrajar la imagen de lo femenino.

Entonces para definir la misoginia en contraste con el sexismo, Nussbaum (2022), afirma:

La misoginia, sin embargo, es un mecanismo de imposición: el misógino se enroca en el mantenimiento de un privilegio arraigado y, simplemente, está decidido a no dejar que las mujeres participen de él (el misógino no odia necesariamente a las mujeres, como pueden sugerir algunas acepciones habituales de ese término; es más común que lo motive el egoísmo y la mera negativa a admitir a mujeres en el mundo del privilegio masculino). (p. 45)

En el texto *Ciudadelas de la soberbia* de Martha C. Nussbaum, el concepto de “cosificación”, es un término utilizado para hacer juicios de valor en la conversación común y se reconoce como un problema central y justificado para el feminismo y la cultura popular. Usualmente, se emplea de manera crítica al evaluar anuncios, películas u otras formas de expresión cultural, así como al analizar el discurso y el comportamiento de las personas.



Este término tiene una connotación negativa, ya que se refiere a una manera de hablar y actuar que se considera ofensiva, especialmente en el contexto del género y la sexualidad. Con frecuencia pueden escucharse afirmaciones sobre cómo las mujeres son deshumanizadas al ser tratadas como objetos sexuales y esta deshumanización es percibida como un problema social importante tanto para las teóricas feministas como para muchas mujeres al describir sus experiencias diarias.

Es posible negar la autonomía y la subjetividad de las mujeres sin necesariamente considerarlas intercambiables entre sí, ya que pueden diferir en aspectos como su apariencia o comportamiento. Sin embargo, al negar aspectos clave para su humanidad, estas diferencias superficiales entre las mujeres se vuelven menos significativas, lo que facilita la percepción de que una puede ser reemplazada por otra. Asimismo, se puede negar la autonomía o subjetividad de una mujer sin tratarla como una propiedad o mercancía. Al negar estas características fundamentales, las razones para no considerar a esa persona como un objeto comercializable parecen menos convincentes. (Nussbaum, 2022). La Tabla 3 describe los conceptos ligados a la cosificación propuestos por la autora.

**Tabla 3**

*Explicación de los tipos de cosificación descritos por Martha Nussbaum*

Instrumental	Los que cosifican ven a su objeto simplemente como una herramienta para sus propios propósitos.
No autónoma	Quienes cosifican tratan a su objeto como si no tuviera capacidad para decidir o actuar por sí mismo.
Inerte	Los que cosifican consideran a su objeto como si fuera incapaz de moverse o actuar.
Canjeable	Los que cosifican ven a su objeto como algo que puede ser cambiado por otros similares o diferentes.
No inviolable	Los que cosifican tratan a su objeto como algo que puede ser violado o dañado sin consideración.
Apropiable	Quienes cosifican ven a su objeto como algo que pueden poseer, comprar o vender.
Carente de subjetividad	Los que cosifican tratan a su objeto como si sus pensamientos y sentimientos no fueran importantes.

*Nota.* Elaboración propia con teoría de Nussbaum (2022).

## ***Violencia en la música***

La violencia dirigida hacia las mujeres en su forma sexual y psicológica se manifiesta también en la música, no es un fenómeno desconocido para los investigadores. La perpetuación de la violencia patriarcal y de género impide la igualdad entre sistemas sociales generando roles de poder que subyugan y objetivizan a las mujeres; por el papel que ejercen y en función de las distintas estructuras culturales que conforman la clase, nacionalidad, religión, etnia, raza, preferencias políticas y lingüísticas. Para Prieto y Carrillo (2019), en una estructura patriarcal las mujeres ostentan el poder desde una posición subordinada y dominada, mediante su especialización en esferas específicas de la vida en las que manifiestan su propia fortaleza.

A partir de la repetición de patrones sexistas se prolifera la percepción compartida sobre la función de las mujeres en determinado círculo social y se reproduce en diversos productos culturales como la música, especialmente en el reggaeton. El discurso de este tipo de canciones es, además, una tendencia musical que refleja a través de su discurso el poder que el patriarcado tiene sobre las mujeres, su condición histórica como un ser genérico, la hipersexualización de su aspecto y conducta, así como la sexualidad opresiva a la que se enfrentan. (Prieto, & Carrillo, 2019).

**Figura 1**

*Exposición de los jóvenes a productos musicales*



*Nota.* Elaboración propia con datos de Hormigos (2023).

La música, como una expresión de comunicación y cultura, desempeña un papel fundamental en la creación y reafirmación de valores, identidades, ideologías y emociones para la generación joven, ya que forma parte de su proceso cognitivo y contribuye a su aprendizaje social, al generar atmósferas emocionales que les permiten compartir vivencias y unificar sus perspectivas sobre la vida (Hormigos, 2023). La Figura 1 sirve para analizar el modelo de exposición y procesamiento de la música para la reafirmación de la identidad juvenil.

De acuerdo con Hormigos (2023), durante la juventud se emplean estos contenidos como una poderosa forma de entretenimiento y comunicación, mediante la cual pueden desarrollar una percepción, no siempre favorable, de los problemas que ocurren en su entorno. En todos estos contenidos se encuentra la presencia de mensajes asociados a una perspectiva específica de género, a la hipersexualidad y a una identidad juvenil mal concebida que promueven de manera directa o indirecta, una preocupante normalización de los patrones de violencia de género. En suma, a través de este tipo de arte se pueden desarrollar cambios conductuales y modificaciones en el pensamiento de las personas, transformación en las estructuras sociales o la promoción de mensajes que contribuyen al desarrollo de comunidades con preferencias determinadas.

Bayona y Chaustre (2021), plantean que el vínculo con la música puede revelar ciertos aspectos de nuestra identidad y gustos, aunque no es una regla universal. La música es una forma de expresión artística y como tal, puede ser una elección emocional y subjetiva en lugar de un reflejo preciso de quiénes somos. La música que elegimos escuchar puede estar influenciada por factores externos como tendencias culturales, presión social o publicidad y puede desarrollar conductas positivas o negativas.

La percepción de los jóvenes hacia la música puede estar influenciada por cómo se distribuye en la sociedad, así las canciones violentas se vuelven populares entre ellas y ellos debido a las tendencias musicales de sus círculos cercanos. Cuando una canción que promueve la violencia de género se reproduce constantemente en los medios, se tiende a minimizar su mensaje y contribuye a normalizar conductas violentas. Por lo tanto, es esencial comprender la relevancia de las canciones que

abordan la violencia de género, ya sea mediante su aceptación o rechazo en la sociedad actual (Hormigos, 2023).

Para entender la prevalencia de la violencia hacia las mujeres en la lírica musical es necesario entender la interconectividad de los siguientes conceptos. El patriarcado es un sistema sociopolítico en el que las relaciones de poder están centradas en favorecer a los hombres y las mujeres son el género subyugado desde el imaginario social de la paternidad, el sexismo se refiere a un sistema de dominación basado en las diferencias sexuales atribuidas a los roles socioculturales de cada contexto y el género se emplea de acuerdo a las características físicas y conductuales construidas e impuestas por una sociedad patriarcal que decide sobre la distinción de lo masculino contra lo femenino (Murillo, 2021). Para identificar los conceptos sobre violencia de género en la música trap, la Figura 2 resume cada uno.

**Figura 2**  
*Violencia contra las mujeres en el trap latino*



*Nota.* Elaboración propia con datos de Murillo (2021).

Murillo (2021), aborda las manifestaciones de violencia de género en la música desde el aspecto psicológico, físico, sexual y *feminicida*, donde los intérpretes describen su relación con la mujer y es a través de esta representación que la opresión sexista minimiza la participación femenina, la reduce al ente sexual o la condiciona económicamente, priva a la mujer de su estado humano para transformarla en objeto de deseo o desprecio.

De acuerdo con el autor, la violencia contra las mujeres intenta demostrar el ejercicio del poder mediante diversas formas de coerción, convirtiéndose en un medio de imponer la dominación masculina y el control social sobre las mujeres.

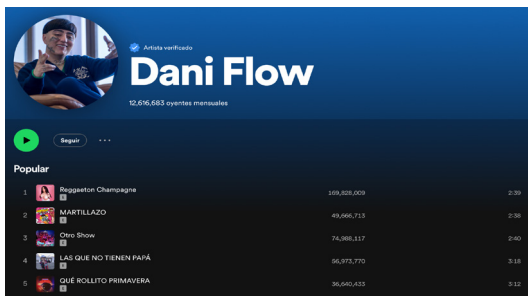
Es importante entender que este fenómeno no se presenta de manera uniforme; las expresiones destinadas a violentar y degradar a menudo de manera sutil o encubierta, pueden dificultar su detección. Al mismo tiempo, se establece una conexión entre el comportamiento del agresor y el impacto emocional negativo en la víctima, manifestándose de diversas maneras: el control, aislamiento, celos o intimidación.

Hormigos (2023), advierte que en la sociedad contemporánea ya es posible notar cambios en los estereotipos conservadores adjudicados a los hombres y mujeres actuando en una sociedad, no obstante, permanece una necesidad de identificación sobre las conductas que determinan la violencia de género hacia las mujeres, aún cuando sean parcialmente visibles. Tal es el caso de España, donde los jóvenes pueden identificar este tipo de violencia en sus relaciones afectivas, sin embargo, su percepción sobre esta cuestión es menor en los hombres con un 54.4% y 74.2% en las mujeres. El 72% de las personas que formaron parte del estudio consideró que la música de los géneros trap y reggaetón cuentan con mensajes consumistas, violentos, machistas y apolíticos, tal y como el caso del cantante Dani Flow.

### *Caso de estudio: Dani Flow*

También conocido como “El Rey del Morbo”, hasta el mes de marzo del 2024, el cantante reportó doce millones seiscientos dieciséis mil seiscientos ochenta y tres oyentes en la plataforma de streaming musical Spotify, como puede apreciarse en la Figura 3.

**Figura 3**  
*Reproducciones y canciones más populares de Dani Flow*



*Nota.* La figura muestra las cinco canciones más escuchadas del intérprete. (Spotify, 2024)

Un artículo de la revista *The Rolling Stone* (Guerrero, 2024), señala que el reggaetonero ha sido objeto de críticas debido a las letras misóginas de sus canciones y sus comentarios denigrantes hacia el movimiento feminista. En este texto se narra que durante una entrevista para el podcast de Charly Galleta, el cantante brindó declaraciones que fueron ampliamente condenadas. Una de sus rimas, donde sugiere la posibilidad de tener relaciones con las compañeras de secundaria de su hija, provocó indignación y llevó a los usuarios de redes sociales a recordar otras letras misóginas en su discografía.

En ese mismo artículo, se señala que además de legitimar la violencia sexual contra menores y atacar al movimiento feminista, el comportamiento del cantante ha llevado a los jóvenes a cuestionar su postura ideológica. El papel de las redes sociales así como de las plataformas que promueven sus canciones es preocupante, ya que permiten la propagación de discursos de odio y misoginia, replicando las premisas del autor y engrandeciendo su figura incluso de forma anónima (Guerrero, 2024).

Dani Flow también recibió críticas por sus comentarios sobre el caso de abuso sexual cometido por el youtuber Ricardo González, conocido como “Rix”, contra Nath Campos. El creador del contenido se declaró culpable en 2021 y fue liberado bajo fianza, pero Dani Flow expresó que “la chica esa no vale la pena. No soporto a esas chicas ni a las que vandalizan en la calle. Ni siquiera deberían llamarse mujeres” (citado en Guerrero, 2024).

Para contextualizar con mayor precisión acerca de la gravedad del problema se expone un fragmento de la letra de una canción controversial de Dani Flow, “Las que no tienen papá”:

Te hizo falta tu papá, por eso quieres que te pegue (que te pegue). Terminas llorando, pero me gusta que ruegues. Te paro los dos balones como Marc-André ter Stegen. Qué chichotas, ¿de casualidad no sueltan leche? Pu-pu-puta, arrímame tu culo, pero ya. Tiene casa, pero no tiene que llegar (no, no, no). Puta, arrímame tu culo, pero ya. Se mueven más rico las que no tienen papá (Dani Flow, 2023).

La legitimación de su discurso llegó a ser incluso acuñada en el espectro feminista. En la Figura 4 se muestra un cartel presentado el ocho de marzo en la marcha en conmemoración al día de la mujer de 2024. La imagen dio la vuelta al país generando controversia debido a que este ejemplo es una muestra de aceptación sobre

la dominación psicológica, sexualización y degradación de la mujer en el espacio artístico y mediático.

#### **Figura 4**

*Mujer utiliza pancarta de Dani Flow y le llueven críticas; olvidan consignas contra la violencia*



*Nota. Periódico Correo, 2024.*

#### ***Marco legislativo***

Para Butler (2007), el término “representación” opera en un contexto político que busca incrementar la visibilidad y la legitimidad de las mujeres como sujetos políticos. Por otro lado, la representación también implica la función normativa del lenguaje, el cual aparentemente revela o distorsiona lo que se considera verdadero acerca de la categoría de las mujeres. Para la teoría feminista, el desarrollo de un lenguaje que represente de manera precisa y completa a las mujeres ha sido crucial para impulsar su visibilidad política. Esto es especialmente relevante dado el contexto cultural prevaleciente, en el que la vida de las mujeres era representada de manera inadecuada o incluso no era representada en lo absoluto.

El capítulo IV de la Violencia Digital y Mediática de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, se establece cualquier acción a través de medios de comunicación que de manera directa o indirecta, promueva estereotipos sexistas contra mujeres y niñas, justifique la violencia contra mujeres y niñas, genere o permita la difusión de discursos de odio sexista, discriminación

de género o desigualdad, y que cause daño psicológico, sexual, físico, económico, patrimonial o feminicida.

El capítulo IV TER de la violencia Digital y Mediática, artículo 20 Sexies, determina que en caso de ser necesario, el Ministerio Público o el juez ordenarán de manera inmediata a las empresas de plataformas digitales, medios de comunicación, redes sociales o páginas electrónicas, el bloqueo, destrucción o eliminación de contenido relacionado con la investigación, siempre que se cumplan los requisitos legales.

La ley establece la obligación de identificar al proveedor de servicios en línea y la localización precisa del contenido, exige la conservación lícita del contenido denunciado, las plataformas digitales deben notificar de manera inmediata al usuario que compartió el contenido, informando claramente que será inhabilitado por orden judicial. Dentro de los cinco días siguientes a la imposición de las medidas de protección, se debe celebrar una audiencia en la que el juez podrá decidir si ratificar, modificar o cancelar dichas medidas, teniendo en cuenta la información disponible y la irreparabilidad del daño. (Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, 2007/2024).

Para Nussbaum (2022), la ley busca disuadir comportamientos indebidos mediante la amenaza de castigo y la promesa de vigilancia constante, se presenta como un instrumento que habla en nombre de todos los ciudadanos, aunque su aplicación pueda ser irregular y requiere reformas estructurales constantes ya que se expresa en el lenguaje de los derechos ciudadanos, recordando a las mujeres que no necesitan rogar ni esperar por protección contra la violencia o el acoso, estos derechos les corresponden por ley. La ley aspira a desalentar tanto al delincuente individual de repetir sus acciones (disuasión específica) como a otros de cometer actos similares (disuasión general). Es un componente para comunicar claramente los mandatos sociales fundamentales, alertando a todos sobre las consecuencias de violar la ley.

## **Metodología**

Este trabajo emplea el abordaje cosmológico con alcance exploratorio - descriptivo de tipo no experimental, la metodología empleada corresponde a fenomenología de corte feminista, que de acuerdo con Yin (2016), favorece a la lucha social con la intención de cambiar el *status quo* de la opresión femenina, en este caso a través



de la música, para incidir en los estereotipos acerca de lo femenino y masculino. Por tal motivo, se trabajó con la planificación de grupos de discusión mediante un cuestionario que lleva por título *Grupo Focal Diagnóstico sobre la Percepción de la Violencia de Género hacia las Mujeres en la Música (GFD-PVGM)*. La investigación fue autorizada por la subdirección general de la institución y los grupos focales fueron supervisados por la Coordinadora Académica de la universidad. Se realizaron tres grupos conformados por nueve participantes, donde la población de estudio se vio integrada por veintisiete estudiantes mujeres y hombres jóvenes con 19 a 23 años de edad, estudiando el cuarto semestre de la Licenciatura en Derecho en la Universidad Alvar, Puebla.

El instrumento se fundamentó en constructos como: tipo y manifestación de violencia de género, conceptos clave que fomentan la violencia hacia las mujeres (sexismo, machismo, patriarcado, sexualización y cosificación), percepción de estos conceptos dentro de la música, representación de las diferencias de género en productos culturales como música, cine u otros audiovisuales, conocimiento sobre leyes que protejan a las mujeres en casos de violencia, consecuencias que pueden generarse mediante la promoción de canciones violentas, recomendaciones para generar conciencia sobre el fenómeno y sobre las canciones “Las que no tienen papá”, “Martillazo” y “Abre las Patotas”, se les preguntó a los participantes si percibían la letra como violenta y qué emociones les generaba cada pieza.

La selección de los estudiantes de acuerdo con Sampieri (2015), corresponde a una muestra de casos de tipo homogénea donde el rasgo compartido entre los participantes fue la licenciatura cursada, de este modo, los grupos focales permiten la apertura no lineal de los participantes para enriquecer los hallazgos sobre su percepción ante la violencia de género en relación a las canciones presentadas.

El análisis de los resultados se basó en la propuesta de Yin (2016), que indica la identificación de segmentos de la transcripción literal de las respuestas de cada grupo. Para posteriormente organizar temáticamente la información; es decir, generar un orden diferente al que se ubica en la transcripción, diferentes conceptos e ideas que pudieron surgir en la recolección de datos.

## Resultados

Las respuestas sobre el conocimiento que los estudiantes tienen acerca de los conceptos que fomentan la desigualdad de género (sexismo, machismo, patriarcado, sexualización y cosificación), indican que en ninguno de los grupos se reconoce el sexismo. Por otro lado, el machismo se conoce por quince participantes del total de los veintisiete alumnos; poco más de la mitad, al igual que el término patriarcado. Con respecto al fenómeno de cosificación, todos los alumnos afirman conocer el concepto, así como el de sexualización y los tres grupos presentan conocimiento nulo sobre las leyes que protegen a las mujeres en caso de violencia.

En el primer grupo los participantes brindaron una definición general sobre violencia de género como comportamientos que afectan negativamente a las mujeres tanto física como emocionalmente, mediante actos despectivos basados en la apariencia física, vestimenta o cuerpo, así como la denigración, la discriminación y la afectación de la autoestima.

El segundo grupo la reconoce como las acciones que buscan degradar, subestimar o agredir a las mujeres, reconocen que esta violencia puede manifestarse a través de la sexualización vulgar de las mujeres o mediante actos de machismo que las trata como inferiores simplemente por ser mujeres.

El tercer grupo entendió que la violencia de género se manifiesta principalmente a través de acciones despectivas y agresivas hacia las mujeres, especialmente basada en la sexualización y percepción de su físico. Reconocen que estas acciones pueden perjudicar tanto física como psicológicamente a las mujeres, y se mencionan estas como las formas que son más comunes.

Los tipos de violencia identificados por los estudiantes de los tres grupos fueron los siguientes: violencia psicológica (10 veces), sexual (8 veces), verbal (5 veces), económica (4 veces), moral (4 veces), laboral (3 veces), familiar (2 veces) y emocional (1 vez), aunque mencionaron violencia moral y verbal, estos tipos no se encuentran en la clasificación de la CNDH. Una vez que los participantes de cada grupo dieron su respuesta, se les presentó la clasificación de modalidades de violencia de acuerdo a lo establecido por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (2022).

Mientras el grupo 1 percibe la diferencia entre tipos y modalidades de violencia hacia la mujer como dos conceptos distintos pero interrelacionados, el Grupo 2

sugiere que ambos están interconectados y pueden influirse mutuamente, consideran que ciertos tipos de violencia pueden manifestarse de manera diferente según el contexto en el que ocurran. Perciben la diferencia entre tipos y modalidades de violencia hacia la mujer como dos aspectos que dependen de factores como la frecuencia de ocurrencia y la persona a la que se aplique la violencia. Para el Grupo 3 esto implica que los tipos describen la naturaleza de la agresión, mientras que las modalidades proporcionan información sobre dónde y cómo ocurre.

Sobre las manifestaciones de sexualización, cosificación y violencia de género en la música, el Grupo 1 sugiere que están presentes en las letras de algunas canciones, donde se expresan de manera degradante hacia las mujeres, las objetiviza o se les presenta como inferiores. En el Grupo 2 la sexualización y la cosificación son mencionadas como las manifestaciones más comunes que han identificado, seguidas de la violencia de género, especialmente presente en el reggaetón. El Grupo 3 destaca al *Reggaetón Mexa* como un estilo musical que promueve estos mensajes, además que estas manifestaciones pueden ser observadas en artistas tanto masculinos como femeninos. Esto sugiere que la problemática es generalizada en la industria musical para ser perpetrada por artistas de diferentes géneros.

Los alumnos perciben que las diferencias de género se reflejan en la cultura popular a través de la objetivización de las mujeres y el menosprecio hacia ellas a partir de los roles que se les asigna en canciones o películas. Con respecto a los roles de género que vuelven a la mujer una ente subordinada y víctima de violencia, señalan que pueden implicar la representación de las mujeres como débiles o dispuestas meramente al aspecto sexual, mientras que a los hombres se les tiende a presentar como seres más fuertes y dominantes.

El segundo grupo destaca que en la música se tiende a engrandecer al hombre como en el cine clásico, donde las mujeres a menudo son referidas de manera despectiva o se las ve como objetos. También advierten que en el cine, se las representa como inferiores al hombre a través de la posición que ostentan y señalan que en algunas películas o en ciertos géneros musicales, se pueden encontrar indicios que muestran violencia y discriminación. Por otro lado, destacan que si bien antes las mujeres eran más discriminadas en los medios audiovisuales, hoy en día se percibe un cambio hacia una representación más equitativa y respetuosa.

El Grupo 3 menciona que en canciones y películas, se tiende a dar un mayor protagonismo a los personajes masculinos, mientras que las mujeres suelen ser representadas como amas de casa, víctimas o en roles subordinados donde necesitan ser rescatadas, a través de vestimentas reveladoras para atraer la atención masculina. Este grupo igualmente reconoce que en películas antiguas se reflejan estereotipos de género donde el hombre es el proveedor económico y tiene el mando en el hogar, mientras que la mujer se queda en casa cuidando a los hijos, a pesar de que en la actualidad esta dinámica ha cambiado, pero se mantiene la imagen femenina como menos valiosa o importante debido a su género o rol dentro de una familia.

Las consecuencias con respecto a la promoción de las canciones con letras violentas y machistas que encuentra el Grupo 1 indican que estas pueden promover una cultura de violencia y falta de respeto hacia las mujeres, lo que puede llevar a ignorar su consentimiento y sus derechos en las relaciones sexuales; también señalaron que puede influir en la percepción de los niños sobre las relaciones y en la forma en que tratan a las mujeres, que pueden ver estas canciones como algo común y normal, lo que puede contribuir a la normalización de comportamientos perjudiciales, además consideran que esta normalización puede llevar a que la sociedad vea ciertos comportamientos como normales, cuando en realidad no deberían serlo.

Para el segundo grupo las consecuencias que pueden generarse son, que la promoción de estas canciones puede afectar la autoestima y moral de las mujeres al ofenderlas, temen que los niños puedan llegar a ver la violencia y el sexismo como algo normal, lo que puede perpetuar estereotipos dañinos y actitudes irrespetuosas hacia las mujeres y resaltan que estas canciones pueden llevarles a adoptar comportamientos inapropiados o influenciar negativamente por los mensajes que promueven.

También externaron su preocupación debido a que las nuevas generaciones pueden ser especialmente vulnerables a la influencia de este tipo de música, llevándoles a imitar comportamientos donde no se cuestione este tipo de contenido, lo que puede tener un impacto negativo en la sociedad en general, especialmente en las juventudes para aceptar contenido que los estudiantes reconocen como vulgar.

El Grupo 3 manifiesta que tanto hombres como mujeres pueden ser influenciados por este tipo de música, que la música puede contribuir a la normalización de ver a las mujeres como objetos sexuales y a la vez mantener una cultura de faltas de

respeto hacia ellas ya que los jóvenes y los niños que escuchan este tipo de música pueden llegar a pensar que es aceptable hablar y tratar a las mujeres de manera irrespetuosa. Como consecuencia de las canciones violentas, los participantes de este grupo resaltan que su promoción puede contribuir a que los hombres piensen en términos morbosos y sexistas.

Al analizar la canción *Las Que No Tienen Papá*, los tres grupos pudieron percibir la letra como violenta, específicamente identificando la violencia sexual, física y psicológica como parte de su estructura, al tratar a la mujer como un objeto sexual y utilizar términos despectivos como “puta” y “eres una perra”. Los sentimientos generados a través de esta canción indican incomodidad por las groserías y el contexto sexual que aborda. Las alumnas especialmente, presentaron incomodidad debido a la excesiva sexualización y la representación de la mujer como una cosa.

Las mujeres en el segundo grupo explican que la canción las hace sentir agredidas y enojadas, expresaron sentir asco y repulsión hacia la canción. Sin embargo, algunos participantes reconocieron que si bien la letra de la canción les parece repulsiva, pueden empatizar con el ritmo, además movían las piernas repetitivamente al ritmo de la música por resultar altamente “pegajosa”.

La canción *Martillazo* fue percibida como violenta debido a que emplea un lenguaje despectivo, tiende a referirse a la mujer como un objeto sexual, describe actos sexuales sin consentimiento, relaciona los actos sexuales con un intercambio económico y expone actos violentos de forma explícita, donde mencionar un “martillazo en el ano” se interpreta dentro del grupo como una forma de violencia sexual y física. Cabe señalar que además de generar incomodidad, la pieza causó preocupación al primer grupo por la forma normal en la que estos mensajes son transmitidos.

Se destaca un sentimiento generalizado de incomodidad y malestar al escuchar la canción, con algunos participantes expresando que no consideran apropiado este tipo de música o género. Uno de los participantes menciona sentir asco por la manera en que la canción se expresa, señalan finalmente una preocupación sobre cómo los jóvenes, especialmente los hombres, pueden percibir este tipo de música como un aspecto sin importancia y pensar que a las mujeres les gustaría que les hagan o digan las cosas que se representan.

Para el tercer grupo la sensación de decepción surge por el tipo de lenguaje y contenido que la canción presenta, indican una percepción negativa de la calidad artística y los valores que promueve. El sentimiento de ofensa se deriva de la manera en que la canción trata la violencia, especialmente al utilizar términos que sugieren daño o dolor. La sensación de acoso indica que la canción genera malestar y perturbación en quien la escucha, sugiriendo que el contenido es percibido como invasivo o inapropiado y la incomodidad surge por la explicitud del contenido y la manera en que se aborda la violencia sexual.

Por último se analizó la canción *Abre Las Patotas*, donde la percepción de violencia es nuevamente unánime, resaltando la presencia de diferentes formas de violencia física, verbal y psicológica, así como la sexualización de la mujer sin considerar su consentimiento. Para los tres grupos esta pieza hace énfasis en el uso de groserías y referencias explícitas al abuso sexual, además en el primer grupo resaltan la presencia de violencia psicológica por el tipo de lenguaje ofensivo que tiene la letra, violencia física debido a que hace referencia mencionando “azotar” a la mujer y violencia sexual por la falta de referencia a un consentimiento mutuo en la relación sexual descrita en la canción. Uno de los participantes explica que esta letra puede generar que la violencia física y sexual sean vistas como algo deseable, donde se hace ver el consentimiento como una opción y no como un requisito; una participante del segundo grupo pregunta de forma retórica quién ha sido el hombre asqueroso que creó la canción.

En resumen, los grupos reflejan una fuerte sensación de malestar y disgusto hacia la canción. Las mujeres se sienten agredidas, incómodas, ofendidas y degradadas por el lenguaje y contenido sexual. En comparación a las dos piezas anteriores, esta parece haber generado una reacción negativa más significativa en los participantes ya que todos destacan su indignación con respecto a las letras y las participantes tratan de explicarse a sí mismas cómo es posible que puedan usarse esas palabras ofensivas de manera pública, resaltando la objetivación sexual, lo cual consideran una forma de violencia de género. Finalmente, el tercer grupo señala su preocupación por la influencia negativa que estas letras pueden tener en la sociedad, incitando actitudes y comportamientos ilícitos.

## Conclusiones

Es posible notar que los grupos sí tienen una comprensión del fenómeno, entendiendo la violencia de género hacia la mujer como una serie de acciones o conductas que buscan menospreciar o afectar negativamente a las mujeres debido a su género incluso en los productos culturales como la música o el cine.

Todos los participantes han sido capaces de percibir la sexualización e identificarla como una forma de violencia hacia las mujeres, al igual que la cosificación pero es fundamental incluir dentro de las estrategias futuras para concientizar a esta audiencia, información puntual sobre las acciones que se deben llevar a cabo en caso de sufrir violencia de género o acoso sexual en cualquiera de sus manifestaciones. Si bien ninguno de los alumnos conoce la Ley General de Acceso a las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, ni otras leyes que defiendan a las mujeres en estos casos, es importante también canalizar esta necesidad.

Se pudieron identificar los tipos de violencia física, sexual y psicológica, es posible concluir que hay confusión en distintos términos como “violencia moral” o “violencia verbal”, hay también una confusión entre tipos y modalidades de violencia, aunque después de asistir mediante información de la CNDH (2022) , todos pudieron identificar la diferencia.

Debido a que los grupos muestran conciencia generalizada sobre la presencia de sexualización, cosificación y violencia de género en la música y reconocen que estas manifestaciones son más prominentes en ciertos géneros y artistas, es necesario reforzar su conocimiento sobre los términos rectores de este fenómeno así como las acciones legales que pueden ejercer para influir positivamente en los estándares de consumo musical y las expectativas que deben tenerse sobre un contexto mediático regulado.

Si bien los estudiantes consideran que este tipo de música tiende a ser pegajosa, se puede concluir que una futura estrategia para revertir el efecto de las letras que legitiman la violencia sexual, es usar los mismos géneros con mensajes diferentes, diseñados y adaptados para causar emociones positivas y promover el empoderamiento femenino a través de valores como la igualdad, respeto, empatía, justicia, autonomía, dignidad, tolerancia y corresponsabilidad.

Será necesario para estrategias de una investigación posterior, hacer hincapié en que las construcciones sociales del sexo femenino son estereotipos, representaciones subjetivas, además de resaltar como mensaje principal, que esta investigación generada desde el feminismo crítico, tiene la tarea de acercar a los participantes no solo a ser conscientes del problema, también a involucrarlos en proponer soluciones a su alcance y acorde al marco nacional legislativo.

Es positivo recuperar que los grupos pueden notar un avance en otros productos culturales, donde pueden apreciar un cambio en las representaciones más equitativas de los sexos, pero que aún requieren de atención en cuanto a la discriminación y representaciones sexuadas persistentes.

Todos los participantes se han sentido incómodos con las canciones presentadas después de haber compartido sus definiciones sobre la violencia de género, igualmente todos han sido capaces de describir los tipos que están en la letra de las mismas. La indignación es indiscutible y las oportunidades de acción legal ante este fenómeno, lamentablemente son desconocidas.

Existe una situación análoga al discurso violento y machista sobre el caso de estudio con Dani Flow y es la del rapero Johnny Escutia, también conocido por difundir y promover un discurso violento y de contenido sexual alarmante, con canciones como *Linda Obedéceme* y *Ódienme Perras*. El autor fue acusado de promover violencia hacia las mujeres y un discurso de odio contundente, por esta razón, la aplicación de *streaming* musical Spotify decidió eliminar todas sus canciones de la plataforma en el año 2020 (Animal Mx, 2020).

A partir de este caso el blog Animal Político (2020), añade una nota informativa con una serie de pasos para denunciar el contenido violento, que promueva el discurso de odio y que infrinja las normas sociales de Spotify o Youtube. Con este antecedente, es necesario brindar la información completa y desarrollada a los estudiantes que observan una tendencia a enaltecer al hombre, degradar a la mujer, eludir sus características sexuales y que fomentan roles tradicionales de género donde el hombre es el proveedor y la mujer está relegada al hogar; para tomar acción inmediata sobre las canciones donde se identifiquen estos patrones.

El diagnóstico sobre las canciones analizadas concluye a partir de los testimonios de los tres grupos que, estas piezas contribuyen a la violencia de género



al sexualizar e insultar públicamente a las mujeres, generando emociones negativas y afectando la percepción de las mujeres sobre sí mismas y su lugar en la sociedad.

Los medios de comunicación, como la televisión, el cine, la música y las redes sociales, pueden representar la violencia de género de manera explícita o implícita, lo que puede influir en las actitudes y comportamientos de la audiencia. Por esta razón la modalidad mediática de la violencia de género deberá ser empleada como mensaje clave para el desarrollo de una estrategia de comunicación futura que involucre la denuncia de este tipo de contenido en las plataformas digitales, además de dar a conocer las consecuencias negativas de consumir este tipo de música y enfatizar la importancia del respeto hacia las mujeres es fundamental para contribuir a crear un entorno más seguro y respetuoso para todos.

## Referencias

- Animal Mx. (2020, May 15). Johnny Escutia reaparece y lo eliminan de nuevo: así puedes denunciar contenido violento en esta y otras plataformas. *Animal Político*. <https://animalpolitico.com/tendencias/actualidad/johnny-escutia-denunciar-contenido-violento-spotify-youtube>
- Bayona Rincón, Y. A., & Chacón Chaustre, S. D. (2021). *La influencia de la música en la construcción de una identidad durante la adolescencia* [Trabajo de grado, Universidad de Pamplona].
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad* (M. Antonia Muñoz, Trad.). Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos. (2022). *Tipos y modalidades de la violencia de género contra las mujeres: Primera edición*. Comisión Nacional de los Derechos Humanos.
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar a Violencia Contra Las Mujeres, CONAVIM (2017). *Violencia contra las mujeres en los medios de comunicación y la publicidad*. Gobierno de México.
- Dani Flow & Yexay. (2023). *Las que no tienen papá. Las que no tienen papá*. Virgin Music.

- De Beauvoir, S. (2005). *El segundo sexo*. [https://ifdc6m-juj.infd.edu.ar/aula/archivos/repositorio/0/114/Beauvoir\\_Simone\\_de\\_El\\_segundosexo.pdf](https://ifdc6m-juj.infd.edu.ar/aula/archivos/repositorio/0/114/Beauvoir_Simone_de_El_segundosexo.pdf)
- Guerrero, P. (2024, Enero 11). *El discurso problemático de Dani Flow*. The Rolling Stone. <https://es.rollingstone.com/el-discurso-problematico-de-dani-flow/>
- Guzmán Ariza, F. (2008, 1 de octubre). *Género no es lo mismo que sexo*. Gaceta Judicial. [ezproxy.upaep.mx:2689/vid/no-mismo-sexo-360763486](http://ezproxy.upaep.mx:2689/vid/no-mismo-sexo-360763486)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Education/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hormigos, J. (2023). Normalización de la violencia de género en los contenidos culturales consumidos por la juventud: el caso del reggaetón y el trap. *Revista Prisma Social : La Investigación En Educación: Innovación Pedagógica Y Educación Virtual*.
- Martínez, M. (2017). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. Editorial Trillas.
- Murillo, K. R. (2021). Manifestaciones de violencia contra las mujeres en el trap latinoamericano. *Revista reflexiones*, 100(1). <https://doi.org/10.15517/rr.v100i1.41332>
- Nussbaum, C. M. (2022). *Ciudadela de la soberbia: Agresión sexual, responsabilización y reconciliación*. Editorial Planeta, S. A.
- Prieto Quezada, T., & Carrillo Navarro, J. C. (2019). Violencia patriarcal y de género en letras de reggaetón: Opinión de alumnos universitarios. *Revista de la Red Universitaria de Jalisco*. <http://revistas.ujat/index.php/perspectivas>
- Ruiz, E. (2024, 10 marzo). Mujer utiliza pancarta con letra de Dani Flow en el 8M y le llueven críticas; olvidan consignas contra la violencia. *Periódico Correo*. <https://www.periodicocorreo.com.mx/nacional/mujer-utiliza-pancarta-con-letra-de-dani-flow-en-el-8m-y-le-llueven-criticas-olvidan-consignas-contra-la-violencia-20240309-94194.html>

Sau, V. (2000). *Diccionario ideológico feminista*. Editorial Icaria, S.A.

Spotify. *Dani Flow, artista verificado*. (12 de febrero de 2019) [open.spotify.com/intl-es/artist/1yX62RHdYysNcIrO33WQxJ](https://open.spotify.com/intl-es/artist/1yX62RHdYysNcIrO33WQxJ)

*Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, 2007, Diario Oficial de la Federación*, 1 de febrero de 2007, última reforma publicada DOF 26 de enero de 2024.

Yin, R. K. (2016). *Qualitative research from start to finish*. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.

## INNOVACIÓN PÚBLICA DIGITAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN EL PROYECTO ESTATAL *QUERÉTARO DIGITAL*

Karla Belem Negrete Huelga  
[karla.negrete@uaq.mx](mailto:karla.negrete@uaq.mx)

Mario Vázquez Soriano  
[mario.vazquez@uaq.mx](mailto:mario.vazquez@uaq.mx)

Universidad Autónoma de Querétaro

La innovación es un factor clave en una era de transiciones donde impera una nueva organización económica, política y social. En la sociedad actual, la competitividad, la educación y el capital informacional son determinantes en la reestructuración de empresas, organizaciones y administraciones públicas. El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se erige como un pilar fundamental el manejo, almacenamiento y distribución de datos a costos reducidos. Este avance democratiza la generación de riqueza, especialmente para quienes cuentan con competencias en el manejo de información, promoviendo una mayor competitividad en los mercados. Como señala CEIM (2001), “la productividad y el crecimiento se sustentan en gran medida en el progreso técnico y la acumulación de conocimientos” (p. 20), lo que inevitablemente conduce a procesos de innovación.

En el ámbito político, las entidades gubernamentales tradicionalmente regidas por mecanismos representativos se enfrentan a una crisis de legitimidad. Ante esta situación, se han adoptado modelos de gestión más complejos que permiten la inclusión de redes ciudadanas e intermediarios digitales (Villodre, 2019). De manera que la democracia evoluciona de modelos centrados en elecciones hacia una participación más amplia de la sociedad en los asuntos públicos, lo que impacta en la dimensión simbólica del poder. Estos cambios, sin embargo, no ocurren de manera aislada, sino que están interconectados con otras esferas, como la económica y social, que

también presionan por la transformación del Estado para abordar nuevas necesidades y prioridades.

Por tanto, la innovación en el sector gubernamental se vuelve imperativa para la transición hacia espacios más participativos e inclusivos, así como para facilitar el diálogo que represente una diversidad de intereses, perspectivas y objetivos que garanticen reformas satisfactorias para la mayoría (Montiel, 2018). Hablar de innovación pública implica la aplicación de los principios de Gobierno Abierto de transparencia, participación y colaboración (Ortiz-Sánchez, 2011), y procesos de resolución de problemas públicos basados en el cambio social (Eslava & Silva, 2021).

La adopción de modelos de innovación pública responde a exigencias internacionales que evalúan los planes de gestión, buscando garantizar la democratización y el desarrollo de nuevas formas de gobierno, así como mejores sistemas dialógicos de interacción y construcción de lo común (Sierra, 2013). En este sentido, Castells (1997) advierte que los gobiernos que no innoven y comprendan las nuevas formas de hacer política corren el riesgo de ser relegados por los ciudadanos, una vez que su ineficacia y falta de respuesta a las necesidades sociales sean evidentes.

Diversos estudios muestran la relevancia de la innovación en el gobierno digital y han trabajado en el análisis de los marcos normativos y las políticas vinculadas al gobierno digital (Laurente, 2021), indicadores de desarrollo de gobierno electrónico (Delgado & Sánchez, 2018; Rivera, 2004; Starovoitova & Shibut, 2020), gestión de la información (Brizuela, et al., 2022; Ortiz-Sánchez, 2011) e incluso comportamientos en estrategias de corresponsabilidad gobierno-ciudadanía (Eslava & Silva, 2021).

En un contexto de creciente adopción tecnológica y modelos de gobernanza más inclusivos, han surgido iniciativas a nivel nacional, estatal y municipal, como las agendas digitales, el Gobierno Abierto y la transformación digital. A nivel subnacional, el *Programa Estratégico Querétaro Digital 2022-2027* (en lo sucesivo Querétaro Digital), impulsado por el Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro emerge como una iniciativa destinada a reducir las brechas educativas, laborales, económicas y sociales entre los ciudadanos (Gobierno del Estado de Querétaro, 2022). Este programa se estructura en cuatro ejes fundamentales: Gobierno Digital, Sociedad Digital, Economía Digital y Conectividad y TIC, todos respaldados por la *Ley de Gobierno*

*Digital del Estado de Querétaro*, con el propósito de implementar estrategias para la transformación digital, sujetas a evaluación y rediseño cada seis años.

El primer eje tiene como objetivo promover la eficiencia y la transparencia en las labores del gobierno estatal, a través del uso de las tecnologías digitales. Además, se busca desarrollar la confianza y credibilidad de la ciudadanía al resolver de forma directa e inmediata los trámites que debe realizar con diversas instancias gubernamentales. El segundo eje propone que la población queretana desarrolle las competencias necesarias para utilizar y adoptar eficientemente las tecnologías digitales. Esto se realizará con un enfoque inclusivo, para que las poblaciones alejadas de las zonas urbanas puedan tener acceso a estas tecnologías. El tercer eje se enfoca en aumentar la competitividad y productividad de la economía del estado mediante la incorporación de las tecnologías digitales en los procesos productivos, con un enfoque que incluya equitativamente a aquellos actores rezagados. Por último, el cuarto eje se orienta a garantizar el acceso a internet y a las TIC en todo el estado de Querétaro, con el fin de reducir las brechas digitales en los ámbitos educativo, laboral, social y económico.

De acuerdo con el programa, se plantea un trabajo colaborativo el gobierno “junto al sector privado, la academia y la sociedad civil” (Comisión Estatal de Gobierno Digital del Estado de Querétaro, 2022, p. 7), buscando disminuir la brecha digital y aprovechar las tecnologías por parte de los ciudadanos y las instituciones. Bajo esta premisa, se busca mejorar la experiencia de la ciudadanía, y fomentar la inclusión digital a partir de la sinergia de los actores involucrados en cada política pública digital a impulsar. Así, el marco normativo del programa no solo plantea elementos de innovación y transformación digital, sino también el involucramiento de diversos actores que tienen un interés directo en la formulación de las políticas públicas, lo cual muestra a nivel normativo la intención de lograr procesos de participación activa y colaboración.

Derivado de lo anterior, se plantea la necesidad de comparar los alcances propuestos en el *Programa Estratégico Querétaro Digital* con los proyectos que se encuentran en proceso o que ya fueron terminados, para conocer el grado de desarrollo de la transformación digital e integración de la sociedad, a partir de indicadores de innovación pública y participación.

## Fundamentación Teórica

Prats (2003) señala que las crisis financieras y las demandas sociales de la década de los 70 hicieron necesario reflexionar sobre el papel del Estado. Según el autor, tanto el neoclasicismo como la elección social fueron fundamentales para argumentar la necesidad de cambiar los límites del Estado a fin de hacer frente a los desafíos, retos y oportunidades de la época. En este contexto, se observa una transición en la concepción del Estado, pasando de una perspectiva de gubernamentalidad, entendida como las estrategias discursivas del gobierno para ejercer su poder a través de sus saberes (Foucault, 2006), hacia conceptos que abogan por la implementación de un buen gobierno, como la gobernabilidad y la gobernanza (Echeverría, 2011). Según Prats (2003), la diferencia clave entre estos dos conceptos radica en los nexos causales: mientras que la gobernanza se refiere al entramado institucional, la gobernabilidad hace referencia a la capacidad de gobierno que emana de dicho entramado institucional.

La gobernabilidad se entiende como la capacidad de un sistema sociopolítico para autogobernarse en el contexto de sistemas más amplios de los que forma parte (Kooiman, 1993). Prats (2003) la define como “el alineamiento efectivo entre las necesidades y capacidades de un sistema sociopolítico; es decir, sus necesidades para auto reforzarse” (p. 244). Este concepto influye en la creación de reglas y depende de las capacidades normativas que se le otorgan para fortalecer al sistema sociopolítico mediante la transformación de necesidades o preferencias en políticas. Por tanto, implica analizar la acción de gobierno en términos de su legitimidad, representatividad y eficacia (Prats, 2003).

La gobernanza, por otro lado, es definida por Prats (2003) como la capacidad de un sistema político para afrontar los problemas y conflictos sociales a partir de unas determinadas instituciones. En este sentido, la gobernanza comprende los procesos de interacción entre actores estratégicos. Una de sus características es su estructura multinivel, que:

es la que determina la capacidad del gobierno en transformar necesidades en políticas y, así, de establecer patrones de interacción entre actores estratégicos no sesgados hacia grupos de interés (más equitativos) y que permitan la formulación e implementación de las políticas en el menor tiempo y esfuerzo posible (más eficientes). (Prats, 2003, p. 245)

La gobernanza también tiene una dimensión normativa, que requiere de su intervención para alinear “comportamientos e incentivos para producir mejores resultados de forma autosostenida” (Prats, 2003, p. 243). De esa manera, se entiende como una interacción que se forja desde el establecimiento de políticas definidas. Según Kooiman (2004), la interacción que implica la gobernanza comprende que las acciones se relacionan entre ellas, derivado de la implicación de distintos actores; estas interacciones son diversas, complejas y dinámicas. Al especificar las diferencias entre la gobernabilidad y la gobernanza, se puede inferir que la transformación y la innovación pública digital pertenecen a ambas, al considerar propuestas de apertura a una democracia más participativa.

En el ámbito de la innovación pública se produce una reconfiguración del ciudadano como un actor que puede cocrear significados y comunicaciones de la organización. La búsqueda de prácticas innovadoras en el sector gubernamental tiene como objetivo crear valor público, que se ve trasladado en seguridad, educación, salud, entre otros aspectos. En este sentido, la innovación pública implica un entorno de nuevas necesidades sociales, voluntad de liderazgo, crear valor para el usuario, crear un entorno tecnológico y de conocimiento más accesible, así como restricciones presupuestarias, pero exigencia de mayores resultados (Sánchez et al., 2013).

La innovación es consecuencia de dos factores: el incremento de conocimiento y la aplicación de los mismos; por tanto, se trata de un proceso dinámico, con un flujo constante de aplicación de nuevos esquemas. Así, la propia innovación tiene cambios, por lo que requiere de capacidades dinámicas que permitan crear, ampliar y modificar las bases organizativas (Pfeffermann, 2011). De acuerdo con De Vriers, et al. (2016) existen seis tipos de innovación: a) la innovación en el proceso (calidad y eficiencia de los procedimientos internos y externos); b) innovación administrativa (nuevas formas organizativas, nuevos métodos de gestión pública, y técnicas de trabajo); c) innovación tecnológica (empleo de nuevas tecnologías); d) innovación en el servicio o producto; e) innovación en la gobernanza (procesos para la gestión de problemas públicos); f) la innovación conceptual (nuevos paradigmas para repensar los problemas públicos y sus soluciones). En todos estos ámbitos, la innovación implica la aplicación creativa de conocimientos existentes y la vinculación de procesos comunicativos.



En las administraciones públicas, el proceso de innovación ha evolucionado de una gestión exclusivamente gubernamental a una lógica abierta que integra a la sociedad para cooperar en la generación de conocimientos y la toma de decisiones. En una lógica de inteligencia colectiva, este modelo busca el involucramiento de diversos actores; de ahí el surgimiento de la noción de la innovación pública abierta, que es entendida como: “aquellos procesos e innovación que se producen dentro de las administraciones públicas y que responden a distintos incentivos que pueden provenir de la propia organización o del entorno organizacional (intraemprendimiento, *benchmarking*) o del exterior” (FEMP, 2018, p. 16). Esta definición permite considerar a la innovación como un elemento fundamental para la transformación digital de las administraciones públicas, en la búsqueda de adaptar estructuras, y funcionamientos hacia el entorno digital a favor de la integración de la sociedad y la participación ciudadana (Salvador et al., 2020). En la transformación digital, la comunicación encuentra su espacio desde el entorno digital para la transmisión de la información, así como la interacción entre la ciudadanía y la administración pública.

Bajo esta lógica, la participación desde los entornos digitales permite la interacción en una sociedad red, en donde se desdibujan los límites geográficos y permite la creación de nuevas comunidades. Es así como Internet se convierte en conducto principal para la consolidación de la cultura digital y un auxiliar en la transición hacia la apertura a la participación en los procesos de gestión gubernamental y democracia. Bajo la lógica de la innovación y la apertura democrática, la participación debe realizarse con todas las partes interesadas, desde la información, la consulta o la participación activa (OCDE, 2020).

Michels (2011) identifica cuatro tipos de innovaciones que buscan mejorar la calidad de la democracia a través de la participación ciudadana: el aumento del conocimiento, las habilidades cívicas, el compromiso público y el apoyo para las decisiones de los participantes, que se ve reflejado en ejercicios de reconocimiento y legitimidad de la acción de las decisiones del ciudadano. De ahí el llamado a la institucionalización de los procesos deliberativos en la formulación de políticas y la toma de decisiones públicas que, de acuerdo con la OCDE (2020) requiere de estructuras permanentes de deliberación, la formulación de requisitos para la organización de procesos deliberativos y reglas que garanticen a los ciudadanos la posibilidad de deliberar.

La participación ciudadana implica diversos grados de involucramiento. Para Fuster (2012) existe cierta desigualdad en la participación que se lleva a cabo en los entornos digitales, ya que los grados de involucramiento de los usuarios no siempre conllevan a la colaboración. Asimismo, en la participación pública se pueden observar distintos niveles de involucramiento que van desde lo consultivo hasta lo colaborativo. Esto se convierte en un reto para los gobiernos, que pueden diseñar distintas formas organizativas para que los ciudadanos participen, con diversas normas que permitan o limiten el involucramiento de los individuos, determinando así incluso si la participación podrá llegar al grado de colaboración. En dicho proceso participativo se debe asumir que, desde una democracia participativa, el objetivo no será homologar opiniones, sino que buscará un proceso de deliberación en el que se debe asumir que la participación no podrá quedarse únicamente en un nivel de consulta: “la participación no es una consulta sobre el uso de recursos públicos colectivos (...) sino que, en línea con el carácter autónomo de la participación, los mismos participantes asumen un papel importante en los costes que genera la actividad” (Fuster, 2012, p. 189).

Por tanto, existen diversas formas de participación que involucran diversas prácticas y elementos que distinguen entre la opinión, la deliberación y la colaboración (Mariñez & Valenzuela, 2013). La participación de los individuos podrá ser individual, grupal o en red, y cada una de ellas tendrá un distinto grado de involucramiento. Asimismo, la participación requerirá de prácticas que involucren la rendición de cuentas, la transparencia, la inclusión y el acceso a la información, como principios que garanticen una participación efectiva (Chwaslisz, 2022).

En resumen, la innovación y la participación ciudadana son elementos fundamentales para la transformación de las administraciones públicas y la mejora de la calidad democrática. En este sentido, la comunicación digital desempeña un papel crucial en la facilitación de la participación ciudadana y la creación de comunidades en línea, lo que contribuye a una democracia más inclusiva y participativa.

## **Metodología**

El estudio presenta un alcance descriptivo-exploratorio, al enfrentarse a una política pública actual de la cual se pretende reconocer sus características, enfocadas en la innovación y participación como componentes necesarios para una transformación

digital. En primer lugar, se realizó un análisis documental del *Programa Estratégico Querétaro Digital* para la identificación de los objetivos que se mencionan en torno a la innovación y la transformación digital, así como el reconocimiento de los actores participantes en los proyectos. Una vez obtenidos dichos indicadores, se realizó un análisis de contenido del sitio web oficial a través de los 66 proyectos que este menciona. Cada uno de los proyectos fue analizado mediante sus ejes rectores (Gobierno Digital Sociedad Digital, Economía Digital y Conectividad y TIC), así como a partir del Plan de Acción Transversal y la Plataforma Única de Trámites.

El modelo de análisis recupera tanto aportaciones teóricas como elementos derivados de la revisión documental del programa. En cuanto a innovación, se utilizan como indicadores la tipología de De Vriers et al. (2016) y los elementos de mejora de calidad democrática de Michels (2011). Por otra parte, respecto a la participación se analizan los pasos previos propuestos por Michels (2011) y se realiza una propuesta de escala en torno a los niveles de participación (Véase Tabla 1).

**Tabla 1**

*Indicadores de innovación, transformación digital y participación ciudadana*

Dimensión	Categoría	Indicador
Innovación	Tipo (De Vriers et al., 2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) En el proceso (calidad y eficiencia de los procedimientos internos y externos)</li> <li>b) Administrativa (nuevas formas organizativas, nuevos métodos de gestión pública, y técnicas de trabajo)</li> <li>c) Tecnológica (empleo de nuevas tecnologías)</li> <li>d) En el servicio o producto (ofrecer nuevos servicios o productos)</li> <li>e) En la gobernanza (procesos para la gestión de problemas públicos)</li> <li>f) Conceptual (nuevos paradigmas para repensar los problemas públicos y sus soluciones).</li> <li>g) No Aplica/ no hay</li> </ul>
	Mejora de calidad democrática (Michels, 2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Aumento de conocimiento</li> <li>b) Habilidades cívicas</li> <li>c) Compromiso Público</li> <li>d) Apoyo a decisiones de participantes</li> <li>e) No Aplica/ no hay</li> </ul>
	Uso de TIC (Querétaro Digital)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Universalización del acceso</li> <li>b) Incorporación en proceso de enseñanza-aprendizaje</li> <li>c) Gobierno electrónico</li> <li>d) Consolidación de marco jurídico</li> <li>e) Desarrollo digital de empresas</li> <li>f) Fomento a la industria TIC</li> <li>g) Enfoque inclusivo</li> <li>h) No Aplica/ no hay</li> </ul>

<b>Transformación Digital</b>	Objetivo (Querétaro Digital)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Reactivación económica y social</li> <li>b) Asegurar la conectividad</li> <li>c) Fomento al emprendimiento e innovación</li> <li>d) Gobierno Abierto y transparente en normativas regulatorias</li> <li>e) No aplica/ no hay</li> </ul>
<b>Participación Ciudadana</b>	Actores Involucrados (Querétaro Digital)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Organismos constitucionales autónomos</li> <li>b) Organizaciones de la sociedad civil</li> <li>c) Asociaciones empresariales</li> <li>d) Expertos internacionales</li> <li>e) Entidades académicas</li> <li>f) Comité Consultivo Estatal</li> <li>g) No Aplica/ no hay</li> </ul>
	Pasos previos (Michels, 2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Acceso a la información del gobierno</li> <li>b) Escucha de públicos</li> <li>c) Establecimiento de acuerdos para que los actores participen</li> <li>d) No Aplica/ no hay</li> </ul>
	Nivel de participación ciudadana	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Informativa</li> <li>b) Consultiva</li> <li>c) Asesoría- Escucha pasiva (el ciudadano es escuchado, brinda asesoría sobre los problemas, pero no propone soluciones)</li> <li>d) Orientadora-Escucha activa (el ciudadano es involucrado para proponer soluciones)</li> <li>e) Colaboración (la toma de decisiones recae en todos los actores)</li> <li>f) Rendición de cuentas (el ciudadano vigila o tiene acceso al proceso)</li> <li>g) Evaluativa (el ciudadano evalúa)</li> <li>h) No aplica/ no hay</li> </ul>

Elaboración propia.

## Resultados

El *Programa Estratégico Querétaro Digital* surge como producto de un proceso colaborativo entre múltiples entidades, involucrando a 160 instituciones y 678 individuos representativos de la academia, la iniciativa privada, el gobierno estatal y los 18 municipios que conforman la entidad (véase Tabla 2). Este esfuerzo de gobernanza local refleja la convergencia de diversos sectores en la formulación del programa. Sin embargo, se evidencia la escasa representatividad y diversidad de la ciudadanía y la sociedad civil organizada entre los actores convocados para la elaboración del programa, contradiciendo la misión declarada en el programa de garantizar a la población el acceso, el uso y la apropiación de las TIC “a través de políticas públicas e iniciativas inspiradas en los habitantes del estado” (PEQD, 2022, p. 15).

La escasa participación y mínima representatividad de la sociedad civil resultan evidentes al observar que las instituciones participantes están vinculadas principalmente a los sectores académico, empresarial y profesional, representando

solo el 29% de los participantes frente a un 71% de servidores públicos. Además, la participación de la sociedad civil organizada en el Comité se ve restringida a un papel meramente consultivo con derecho a voz, pero sin derecho a voto, según lo establecido en el artículo 10 de la *Ley de Gobierno Digital del Estado de Querétaro*.

**Tabla 2**

*Participantes en las reuniones de trabajo para la elaboración del programa*

<b>Sector</b>	<b>Instituciones participantes</b>	<b>Personas asistentes</b>
<b>Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro</b>	46	243
<b>Poderes Legislativo y Judicial</b>	2	26
<b>Organismos constitucionales autónomos</b>	8	15
<b>Municipios</b>	18	49
<b>Universidades del estado de Querétaro</b>	44	86
<b>Cámaras empresariales</b>	15	38
<b>Centros de inversión del estado</b>	4	4
<b>Colegios de profesionistas</b>	22	64
<b>Clústeres industriales</b>	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>160</b>	<b>678</b>

*Nota.* Adaptado del *Programa Estratégico Querétaro Digital* (Comisión Estatal de Gobierno Digital del Estado de Querétaro, 2022).

La limitada participación de la ciudadanía en Querétaro Digital resulta paradójica si se considera que en el artículo 2 de la misma Ley se indica que una de las finalidades principales de dicha ley es: “Fomentar la transparencia y la participación ciudadana en la gestión de las tecnologías de la información y la comunicación” (Ley de Gobierno Digital del Estado de Querétaro, 2022, s.p.).

El análisis del diseño institucional revela que la Comisión Estatal de Gobierno Digital es la instancia oficial responsable de “proponer, promover, diseñar, recomendar, facilitar y aprobar las políticas, lineamientos, programas, soluciones, instrumentos y medidas en materia de Gobierno Digital en el estado de Querétaro” (Comisión Estatal de Gobierno Digital del Estado de Querétaro, 2022, p. 45). Esta comisión, compuesta mayoritariamente por diversos funcionarios del gobierno estatal, limita la participación

ciudadana a la presencia de un representante de la sociedad civil organizada, el cual es renovado cada año y es invitado expresamente por el presidente de la Comisión, es decir, el Gobernador del estado de Querétaro (Comisión Estatal de Gobierno Digital del Estado de Querétaro, 2022).

Además de los ejes principales, *Querétaro Digital* incluye otros proyectos que se integran en el Plan de Acción Transversal y la Plataforma Única de Trámites. En la Tabla 3 se detalla el número de proyectos que constituyen en total *Querétaro Digital*, así como cuántos de ellos están en proceso, concluidos o cancelados. De los 66 proyectos ejecutados por 33 dependencias, la mayoría se concentra en la Plataforma Única de Trámites (39%), seguidos de los proyectos asociados al Plan de Acción Transversal (23%) y al eje *Gobierno Digital* (15%).

**Tabla 3**

*Proyectos que integran el Programa Estratégico Querétaro Digital 2022 – 2027*

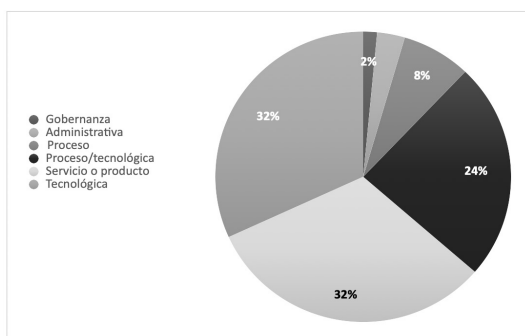
Planes de acción	No. de proyectos	Proyectos en proceso	Proyectos concluidos	Proyectos cancelados
<b>Gobierno Digital</b>	10	8	2	0
<b>Sociedad Digital</b>	3	2	1	0
<b>Economía Digital</b>	4	1	0	3
<b>Conectividad y TIC</b>	8	4	4	0
<b>Plan de Acción Transversal</b>	15	5	10	0
<b>Plataforma Única de Trámites</b>	26	17	9	0
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>37</b>	<b>26</b>	<b>3</b>

*Nota.* Adaptado de *Querétaro Digital* (19 de mayo, 2024). (Gobierno del Estado de Querétaro, 2022)

La mayoría de estos proyectos se centra en servicios de gestión de información (25 proyectos), actualizaciones o desarrollos tecnológicos (22 proyectos), gestión de trámites y servicios (10 proyectos), y capacitación (5 proyectos). Al analizar estos proyectos con la tipología de De Vries et al. (2016), se observa una carencia de proyectos que aborden una innovación conceptual, es decir, el cambio de paradigmas para pensar los problemas públicos. Además, hay una minoría de innovaciones en torno a la gobernanza (1%) y a la innovación administrativa como una nueva forma

organizativa (3%). Por otra parte, el 56% de los proyectos corresponden a la innovación tecnológica, de los cuales el 24% también implica una innovación en los procesos de la administración pública.

**Gráfico 1**  
*Tipo de innovación, según los proyectos de Querétaro Digital*



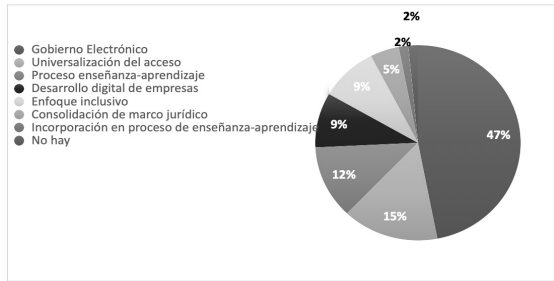
Elaboración propia.

Esta tendencia se replica al analizar los objetivos del uso de la tecnología de la información y la comunicación que expresa el *Programa Estratégico Querétaro Digital*, que corresponde en un 47% de los proyectos al Gobierno Electrónico, seguido por un 15% de universalización del acceso y un 12% destinado a mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje. Es relevante destacar que, aunque el programa menciona el fomento a la industria TIC como un objetivo, en ninguno de los proyectos se aborda como un objetivo principal.

En relación con la participación ciudadana, se puede visibilizar una preocupante realidad: la casi nula inclusión de la ciudadanía en el desarrollo de los proyectos. En primer lugar, se observa que el sector académico resulta ser el más involucrado (14%), seguido del sector empresarial (3%) y el juvenil (3%). Sin embargo, en el 76% de los proyectos no se incluye a ningún actor de la sociedad civil, reflejando una no participación en el 86% de los proyectos.

## Gráfico 2

### Objetivos del uso de TIC, según los proyectos de Querétaro Digital



Elaboración propia.

En aquellos proyectos que sí cuentan con participación ciudadana, la mayoría se limita a brindar información a los ciudadanos (6%). Solo en dos proyectos se involucra al sector académico y al empresarial para realizar colaboraciones; uno de ellos refiere a la elaboración de un plan estatal de conectividad en vinculación con la Universidad Autónoma de Querétaro, mientras que el otro está relacionado con una plataforma de seguimiento ejecutivo para el Plan Estatal de Desarrollo, elaborada por una empresa externa. Por tanto, la colaboración con ambos sectores se limita a la ejecución de elementos de desarrollo tecnológico.

Derivado del escaso involucramiento de la sociedad civil, los indicadores en torno a los pasos previos para una participación efectiva que propone Michels (2011) son inexistentes en la totalidad de los proyectos. En cambio, el 49% de los proyectos se plantean como pasos previos para que la población tenga un aumento de conocimientos, principalmente a través del acceso a la información, aunque también mínimamente a través de la capacitación. Destaca también que el 10% de los proyectos están dirigidos a la capacitación y el aumento de los conocimientos de los servidores públicos, lo cual demuestra la necesaria innovación administrativa para mantener actualizado al sector gubernamental y capacitarlo en las nuevas modalidades de gestión pública.

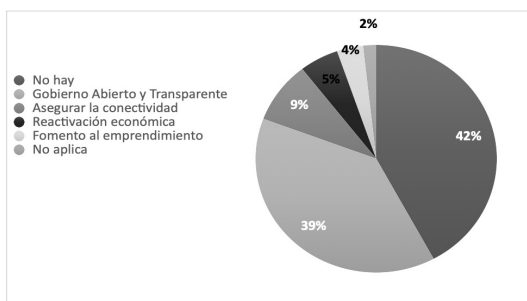
Sin embargo, es relevante señalar que el 33% de los proyectos carecen de objetivos relacionados con la mejora de la calidad democrática. Estos proyectos son aquellos



que contemplan el uso de las TIC para el gobierno electrónico a través de iniciativas de actualización o desarrollo tecnológico, así como de gestión de trámites y servicios.

En cuanto a los objetivos establecidos en el marco normativo de *Querétaro Digital*, el 33% de los proyectos se vincula con la promoción de un Gobierno Abierto y Transparente, el 8% en asegurar la conectividad y el 5% a la reactivación económica. No obstante, el 36% de estos proyectos no están alineados con ninguno de los objetivos de transformación digital y estos son los que refieren a acciones de gobierno electrónico.

**Gráfico 3**  
*Objetivos de Transformación Digital,  
según los proyectos de Querétaro Digital*



Elaboración propia.

Por último, es importante destacar que, a pesar de realizar el análisis de los 66 proyectos, se identificaron una serie de inconsistencias en la información del sitio web, expresadas en compromisos repetidos, redundantes o contradictorios. Por ejemplo, se observa la duplicidad de proyectos como la licencia de conducir digital, que aparece como un proyecto individual y también se enlista como parte de los proyectos de la Plataforma Única de Trámites. Algo similar ocurre con la superposición de la plataforma de interoperabilidad y el portal oficial de gobierno, los cuales tienen el mismo objetivo de albergar todo en un solo sitio. Esto resulta, a su vez, redundante con los proyectos enmarcados en la Plataforma Única de Trámites, que son independientes a los mencionados, y aparecen dentro del Plan de Acción Transversal. Además, se

encuentran proyectos que contradicen la naturaleza de otros, como la *Ley de Gobierno Digital*, que existía previamente al desarrollo de los proyectos, y el programa denominado Querétaro Digital, que representa el propio programa global en sí mismo.

## Conclusiones

El análisis del Programa Estratégico Querétaro Digital 2022-2027 revela logros significativos en la digitalización, pero también áreas de mejora crítica en el diseño, la implementación y los resultados de los proyectos relacionados con el papel activo de la sociedad. Aunque se destaca el esfuerzo de colaboración interinstitucional entre múltiples entidades gubernamentales, académicas y empresariales en la formulación del programa, persisten desafíos importantes en cuanto a la inclusión y representación ciudadana. Esta inclusión pareciera ser en vano, ya que el rol de la sociedad civil se limita al derecho de voz, sin voto. Además, hay una opacidad en la designación de un solo representante de la sociedad civil elegido directamente por el titular del Poder Ejecutivo.

La situación se agrava al analizar el desarrollo de los proyectos que conforman el programa, donde la participación de la sociedad civil en su formulación desaparece casi por completo. A pesar de algunos esfuerzos colaborativos, estos son mínimos. La escasa participación ciudadana en *Querétaro Digital* no es una situación exclusiva de este programa, sino que remite a un dilema que aqueja a las democracias representativas desde hace décadas y que se puede resumir en esta pregunta: ¿es posible y deseable que los ciudadanos comunes participen en ámbitos donde se toman decisiones que afectan directa o indirectamente sus vidas? (Welp, 2018).

Esta pregunta es parte de la discusión que desde hace tiempo se tiene en cuanto a la conveniencia de que los ciudadanos se involucren en las políticas públicas y la gestión gubernamental. Algunos consideran que no deberían hacerlo, como es el caso de Almond y Verba (1970), quienes señalaron que se precisa de la inactividad de los ciudadanos para mantener la eficacia del sistema político. Por el contrario, otros autores como Dagnino et al. (2008), estiman que la participación ciudadana debe asumir un papel central, pues el involucramiento de la ciudadanía es “un instrumento para la construcción de una mayor igualdad, en la medida en que contribuye a la formulación de políticas públicas orientadas con ese objetivo” (p. 32).

Sin embargo, el análisis de *Querétaro Digital* muestra que existen limitaciones en la transformación digital desde innovaciones conceptuales y en gobernanza. Al examinar los proyectos, se encuentra una clara dominancia de las iniciativas tecnológicas, lo que sugiere una orientación predominantemente instrumental del programa. Si bien es cierto que la digitalización del gobierno es un elemento importante en los procesos encaminados a la transformación digital, no es el único proceso que se debe impulsar. Reducir la transformación digital a una visión técnica es olvidar los objetivos de democracia e inclusión social y continuar con prácticas que fomentan la pasividad de la ciudadanía.

Es importante reconocer que para que exista una participación efectiva es necesario el acceso a la información, lo cual se impulsa eficazmente mediante medidas de gobierno electrónico. Sin embargo, también es necesario abrir más espacios para involucrar estratégicamente a la ciudadanía, ya sea de manera individual o a través de las organizaciones de la sociedad civil, en la formulación, ejecución y evaluación de los proyectos que conforman *Querétaro Digital*, y no solo asumir su participación como usuarios de los servicios o productos que se desarrollan como parte de dichos proyectos. La inteligencia colectiva que se genera con la inclusión de la ciudadanía en el diseño y la implementación de las políticas públicas es un recurso que debe aprovecharse para obtener resultados eficaces en la gestión gubernamental.

La falta de alineación entre los objetivos declarados del programa y la ejecución de los proyectos es evidente, especialmente en lo que respecta al fomento de la industria TIC y la promoción de la participación ciudadana efectiva. Se destaca la necesidad de replantear el enfoque del programa para garantizar una mayor diversidad de perspectivas, una participación ciudadana más activa y una orientación hacia la innovación conceptual y la gobernanza participativa en el ámbito digital. Solo así se podrá asegurar que *Querétaro Digital* cumpla con su misión de promover el acceso equitativo, el uso eficaz y la apropiación democrática de las tecnologías de la información y la comunicación en beneficio de todos los habitantes del estado.

## Referencias

Almond, G. A., & Verba, S., (1970 [1963]). *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*. Fomento de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada.

- Brizuela, P., Díaz, M., Aguilar, Y., & Chiroles, M. (2022). Soluciones tecnológicas en ciencia, tecnología e innovación para la soberanía alimentaria y el gobierno electrónico. *Revista Cubana de Educación Superior*, 41(1), 1-18.
- Castells, M. (25 de Octubre de 1997). ¿Fin del Estado nación? *El País*. [https://elpais.com/diario/1997/10/26/opinion/877816803\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1997/10/26/opinion/877816803_850215.html)
- CEIM [Confederación Empresarial de Madrid]. (2001). *La innovación: un factor clave para la competitividad de las empresas*. Dirección General de Investigación. Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid.
- Chwalisz, C. (2022). Principios de buenas prácticas en los procesos deliberativos para la toma de decisiones públicas. En INE, *Participación ciudadana innovadora y nuevas instituciones democráticas. La ola deliberativa* (pp. 199-208). INE.
- Comisión Estatal de Gobierno Digital del Estado de Querétaro. (2022). *Programa Estratégico Querétaro Digital*. Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro. [https://queretarodigital.queretaro.gob.mx/plan\\_queretaro.php](https://queretarodigital.queretaro.gob.mx/plan_queretaro.php)
- Dagnino, E., Olvera, A. J., & Panfichi, A. (2008). Democratic Innovation in Latin America: A First Look at the Democratic Participatory Project. En C. Raventós (Ed.), *Democratic Innovation in the South. Participation and Representation in Asia, Africa and Latin America* (pp. 27-48). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- De Vriers, H., Bekkers, V., & Tummers, L. (2016). Innovation in the Public Sector: a systematic review and future research agenda. *Public Administration*, 146-166. <http://doi.org/10.2139/ssrn.2638618>
- Delgado, T., & Sánchez, A. (2018). Repensando el gobierno electrónico: ventanilla única, servicios sostenibles y gobierno digital centrado en la innovación. *Revista cubana en Administración Pública y Empresarial*, II(3), 254-267.
- Echeverría, J. (2011). *De la Gobernabilidad a la gobernanza: centralización o múltiples niveles de*. Universidad Técnica del Norte.

- Eslava, A., & Silva, S. (2021). Innovación pública como gobierno del cambio social. *Opera*, (28), 97-110. <https://doi.org/10.18601/16578651.n32.06>
- FEMP [Federación Española de Municipios y Provincias]. (2019). *Guía para el buen gobierno local*. Federación Española de Municipios y Provincias.
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio y población*. Fondo de Cultura Económica.
- Fuster, M. (2012). Concepción de la participación en entornos en línea: lecciones y retos para . En I. Ramos, & E. Campos, *Ciudadanía en 3D: Democracia digital deliberativa* (pp. 139-203). Edhasa.
- Gobierno del Estado de Querétaro. (2022). *El futuro es digital*. *Querétaro Digital*: <https://queretarodigital.queretaro.gob.mx/>
- Kooiman, J. (1993). *Modern Governance: New Government-Society Interactions*. Sage.
- Kooiman, J. (2004). Gobernar en Gobernanza. *Instituciones y Desarrollo*, (16), 171-194. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1368191>
- Laurente, I. (2021). Normativa, agenda digital y política de transformación digital: hacia un gobierno digital peruano. *Revista Latinoamericana de Economía y Sociedad Digital*, (2), 1-25. <https://doi.org/10.53857/CNSW1721>
- Ley de Gobierno Digital del Estado de Querétaro (2022). Poder Legislativo del Estado de Querétaro. LX Legislatura.
- Mariñez, F., & Valenzuela, R. (2013). *Gobierno abierto: ¿más innovaciones? ¿más gobierno? ¿más sociedad? ¿en qué consiste? Propuestas para los gobiernos locales*. MAPorrúa.

- Michles, A. (2011). Innovations in democratic governance: how does citizen participation. *International Review of Administrative Sciences*, 77(2), 275-293. <https://doi.org/10.1177/0020852311399851>
- Montiel, B. (2018). *Innovación pública*. IEXE.
- OCDE [Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico]. (2020). *Innovative citizen Participation and new democratic institutions: catching the deliberative wave*. <https://doi.org/10.1787/339306da-en>
- Ortiz-Sánchez, I. (2011). El Plan de Innovación pública del Gobierno Vasco y la gestión de la información. *El profesional de la información*, 20(3), 304-308. <https://doi.org/10.3145/epi.2011.may.09>
- Pfeffermann, N. (2011). Innovation Communication as a Cross-Functional Dynamic Capability: Strategies for Organizations and Networks. En M. Hülsmann, & N. Pfeffermann, *Strategies ang* (pp. 257-289). Springer. [http://doi.org/10.1007/978-3-642-17223-6\\_18](http://doi.org/10.1007/978-3-642-17223-6_18)
- Prats, J. (2003). El concepto y el análisis de la gobernabilidad. *Revista Instituciones y Desarrollo*, (14-15), 239-269. [https://www.ses.unam.mx/docencia/2007II/Lecturas/Mod3\\_Oriol.pdf](https://www.ses.unam.mx/docencia/2007II/Lecturas/Mod3_Oriol.pdf)
- Rivera, E. (2004). *La construcción del gobierno digital como un problema de innovación institucional*. CIDE. <http://hdl.handle.net/11651/5268>
- Salvador, Y., Llanes, M., & Suárez, M. (2020). Transformación digital en la administración pública: ejes y factores esenciales. *Avances*, 22(4). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=637869118008>
- Sánchez, C., Lasagna, M., & Marcet, X. (2013). *Innovación pública: un modelo de aportación de valor*. RIL Editores. <https://www.itcip.es/wp-content/uploads/2023/02/Lasagna-2013-Innovacion-Publica-1.pdf>

Starovoitova, T., & Shibut, M. (2020). Características de la transformación digital del sistema de administración pública de la República de Belarus: gobierno electrónico. *Revista cubana de Administración Pública y Empresarial*, 4(3), 418-28. <https://apye.esceg.cu/index.php/apye/article/view/149/105>

Villodre, J. (2019). Innovación pública abierta. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, (17), 314-327. <http://doi.org/10.20318/eunomia.2019.5036>

Welp, Y. (2018). *Todo lo que necesitás saber sobre la democracia*. Paidós.

# **DISCURSOS Y PRÁCTICAS DE LA MASCULINIDAD HEGEMÓNICA EN ESPACIOS ALTERNATIVOS SOCIODIGITALES PARA EL ACERCAMIENTO SEXOAFECTIVO HOMOERÓTICO. ELCASO DE X DE CLO\_CRUISING**

Iván Abadía

[ivan.abadia@correo.uia.mx](mailto:ivan.abadia@correo.uia.mx)

Universidad Iberoamericana - CDMX

Actualmente, gran parte de los hombres que buscan encuentros y acercamientos sexuales con otros hombres o que buscan llevar a cabo prácticas sexoafectivas homoeróticas, utilizan aplicaciones como Grindr, Bumble, Tinder o Manhunt; en ellas, la creación de un perfil basado en la autopresentación es importante para el relacionamiento con otros. En dicho proceso, la fotografía de perfil, la descripción personal e incluso el diligenciamiento de elementos asociados a cada aplicación (como listados de características, tribus sexuales o posibilidades de identificación) son útiles a la hora del acercamiento entre usuarios, pues permiten construir criterios de selección específicos y realizar juicios rápidos con énfasis en la fisicalidad sobre sujetos potenciales (sin realizar otra interacción alguna más que el mirar rápidamente). (Yeo & Fung, 2017).

Sin embargo y a pesar de la especialidad de dichas aplicaciones (denominadas como *apps* de citas, pero reconocidas en esta investigación como espacios de intercambio sexoafectivo homoerótico), no ha excluido la utilización de otro tipo de redes, aplicaciones y espacios sociodigitales como parte del proceso de acercamiento y negociación sexoafectiva homoerótica. Redes como X o Instagram y espacios sociodigitales como Reddit han heredado las posibilidades de interacción y de contacto para generar acercamientos homoeróticos, toda vez que la exposición y la búsqueda de otros desde un perfil público puede ser producto de rechazo, discriminación, burlas o estigmatización. En ese sentido, las personas homosexuales y aquellos hombres que



tienen encuentros sexoafectivos homoeróticos han desarrollado amplias habilidades de performatividad en el espacio sociodigital (Cassidy, 2013), pues han podido desplegar estrategias asociadas a la gestión de la identidad personal con capacidades de rehuir el reconocimiento, los señalamientos e incluso los juicios sociales por llevar a cabo estas prácticas. De hecho, y como lo han mostrado Wongsomboon et al. (2021) el miedo a la identificación resulta como uno de los principales motivos de hombres para por ejemplo, no mostrar fotografías personales en estas aplicaciones, para presentarse de forma anónima, para no revelar suficiente información de sí mismos o para administrar desde un carácter estricto el relacionamiento o la revelación ante otros (aspectos denominados como autopresentación selectiva).

Este fenómeno de ocultamiento o de administración de la identidad también se relaciona con la búsqueda de ciertos espacios en los que no exista la necesidad de creación de perfiles o en los que se pueda garantizar el anonimato a través de otras estrategias (como la creación de perfiles ficticiales o sin foto de perfil, por ejemplo). Pero también, ha implicado la creación de otras estrategias de contacto gestadas a partir de la remediación (Bolter y Grusin, 2000) de prácticas ya formadas en el espacio comunicativo para fines sexoafectivos, como los anuncios clasificados o las salas chats. Tal es el caso de la cuenta de X @Clo\_Cruising, una cuenta que hace parte de una serie de espacios gestados en Colombia de forma alternativa (debido a que su uso no es el usual para una cuenta en la red sociodigital X) y cuyo funcionamiento se basa en la publicación de imágenes (capturas de pantalla), en forma de anuncios clasificados, en los que se describen búsquedas específicas de personas, acciones o descripciones para llevar a cabo prácticas sexoafectivas homoeróticas.

El funcionamiento de esta clase de cuentas distribuidas por ciudades (siendo @Clo\_Cruising la correspondiente a la ciudad de Cali, Colombia) es exactamente similar. El usuario que desea publicar un anuncio escribe un mensaje directo (DM) a la cuenta (sin necesidad de seguirla) y quienes la administran realizan un proceso de revisión asociado al cumplimiento de normas mínimas<sup>1</sup>. Posterior a ello, toman una

---

1. En un intento por comprender las normas mínimas de publicación de esta cuenta, se realizó un contacto con su administrador por medio de mensaje directo. En su respuesta, se recalcaron dos reglas para la publicación de mensajes: la no publicación de avisos que involucren menores de edad (de forma directa o indirecta) y la no compra o venta de sustancias ilegales. Vale la pena aclarar que el servicio de publicación de estos anuncios es completamente gratuito y no existe, o al menos no aparece de forma pública, ningún indicio de comercialización de este servicio.

captura de pantalla sobre el mensaje y en algunos casos cuando el usuario de X lo solicite, ocultan cualquier tipo de información que pudiese llevar al reconocimiento de quien emite el mensaje. Acto seguido, la imagen es publicada en el *feed* de la cuenta y sus seguidores pueden interactuar por medios de los me gusta o de los comentarios, por lo que el emisor del anuncio puede visualizar sus posibles contactos y decidir con quien entablar conversaciones o acercamientos posteriores por sus propios medios a través de mensajes directos. A su vez, un gran porcentaje de las publicaciones de estas cuentas suelen estar constituidas más que por las imágenes textuales que describen el anuncio clasificado, siendo acompañadas por *hashtags* como #UnSeguidorBusca y #cruisingXXX (en donde XXX suele ser la ciudad a la que está asociada la cuenta, en el caso de @Clo\_Cruising la etiqueta correspondiente es #cruisingCali), todos únicos de estas iniciativas.

El propósito de este trabajo es entonces el de enmarcar la forma en la que el ocultamiento de la identidad de sujetos masculinos que buscan encuentros sexoafectivos con otros hombres o prácticas al margen de las heterosexuales, favorece la promoción de discursos relacionados con el gusto o la búsqueda de lo femenino, de prácticas abyectas (como el transgenerismo) y también de identidades y prácticas sexuales particulares (como la heterosexualidad o la heterocuriosidad), varias de ellas ampliamente rechazadas o señaladas desde la cultura de la masculinidad en las prácticas homoeróticas en línea. Pero lejos de pensar que el anonimato puede ser abordado como un espacio de posibilidades, a través de él también se reproducen discursos asociados al privilegio y la jerarquización de los cuerpos y de las experiencias dentro de la masculinidad hegemónica (Connell y Messerschmidt, 2005). Para agregar, este trabajo se enmarca en la línea de investigación que vincula las prácticas comunicativas (especialmente *online*) con las diversidades sexogenéricas y pretende discutir la manera en la que a través de medios, dispositivos y redes se performan discursos, estereotipos y prácticas que construyen y determinan los acercamientos sexoafectivos homoeróticos; asimismo plantea la manera en la que las aparentes ‘fugas’ al sistema heteronormativo han posibilitado la configuración de otras/posibles prácticas comunicativas y otras/formas de interacción a través de las redes sociodigitales.

De esta manera y partiendo de un corpus de 572 imágenes correspondientes a un total de 569 publicaciones recolectadas desde el 10 de marzo de 2022 hasta el

15 de mayo de 2024, se realiza un proceso de análisis semántico (presentado en la segunda y tercera sección) utilizando el modelo de técnicas digitales propuesto por Sued (2021). Posterior a ello y a partir de redes sociales de correspondencias sobre discursos específicos (Aguirre, 2011) y de métricas de interés sociodigital (Rogers, 2018) se realiza una reflexión sobre un tipo de estética discursiva particular, asociada al silencio, al disimulo y a la discreción en torno al deseo homoerótico; adicional se hace una relación de cuatro categorías producto del análisis con elementos corporales, personales y descriptivos asociados a la masculinidad hegemónica, en tanto deseados, rechazados y permitidos (presentados en la cuarta sección de este texto).

### **Entre la digitalidad y la masculinidad. Una revisión teórica**

La década de 1990 trajo consigo nuevas formas de aproximación para hombres que tenían prácticas sexuales con otros hombres y que anteriormente se realizaba desde de encuentros sexuales fortuitos en el espacio público, también conocido como *cruising* (Espinoza, 2020). Sitios como CruisingForSex.com pionero en plantear información sobre sitios o espacios de encuentro dentro de la ciudad (Espinoza, 2020), o el uso de Craigslist para la publicación de anuncios clasificados para la búsqueda de prácticas sexuales con sujetos específicos (Reynold, 2015), son algunos de los ejemplos de sitios que se conformaron a partir del auge de internet. Estas iniciativas (a las que se les puede sumar salas de chat gay presentes en páginas web AOL o Latinchat y aplicaciones para escritorio como Messenger o mIRC) ganaron un gran auge entre hombres tanto homosexuales como quienes llevaban prácticas sexuales con otros hombres, justamente porque a través de ellos era relativamente fácil “moldear, probar y transformar” sus propias identidades de manera individual o colectiva (Woodland, 2000).

Ahora bien, con la aparición de aplicaciones como Grindr sirvió para que los usuarios revelaran mayor información sobre sí mismos para llevar a cabo estos acercamientos sexoafectivos (Gudelunas, 2012). Esto ha conllevado a que los sujetos tengan la capacidad de gestionar su identidad y que posean diferentes roles e identidades desde las redes sociodigitales en las que se encuentran, que les posibilitan el acercamiento y la negociación sexoafectiva evitando posibles estigmas, señalamientos o peligros asociados a ellos. Este desplazamiento involucra una transformación de

lo cotidiano hacia lo lingüístico (dadas las condiciones de la web en la década de los 90), lo que implicó el despliegue de estrategias textuales que hacían referencia a los lugares, momentos, experiencias y deseos explícitos sobre las prácticas sexuales a llevar a cabo (Sutherland, 2009)

La llegada de otras aplicaciones adicionales a Grindr, como Scrubb, Manhunt o Jack'd supuso entonces una mejoría en la gestión eficiente tanto de la identidad personal como de los encuentros sexuales casuales (Ahlm, 2017). Aunque muchas de ellas plantean sistemas de conformación de perfiles personales (que incluyen nombres, fotografías, descripciones y etiquetas) eso no ha implicado que el anonimato haya dejado de tener una alta prevalencia en las formas de acercamiento homoerótico, toda vez que a través de él los sujetos se permiten ser más desinhibidos, ser más explícitos sobre las prácticas y los cuerpos que desean y sentir control y seguridad sobre la información que comparten para no ser identificados (Miller, 2015; Parra & Obando, 2019; Wongsomboon et al., 2021).

Pero también, el anonimato y la ausencia de normativas sobre la regulación ante la autopresentación en esta clase de aplicaciones las ha convertido en un ambiente propicio para atacar a ciertos sujetos y prácticas, especialmente a quienes no se alinean con ciertos ideales de la masculinidad. Es por ello por lo que varias investigaciones en diferentes contextos, al estudiar las declaraciones de búsqueda y las descripciones de perfiles se han encontrado con diferentes fenómenos: la exposición de burlas y repudio hacia el hombre femenino (Méndez, 2020) o la corporización de prácticas asociadas a la homosexualidad (como la exposición o los espacios de esparcimiento nocturnos), (Bogetic, 2020); el uso de frases asociadas a la negación ('no soy', 'no me gusta' o 'no busco') para describir la propia identidad (Daroya, 2017; Grohmann, 2016); la preferencia por un comportamiento discreto y por la no revelación de la homosexualidad (Vilar, 2011); la búsqueda de una 'masculinidad simétrica' en los potenciales encuentros sexuales en las que se valora específicamente el ser hombre como un atributo verificable (a través de frases como 'mascxmasc', 'varonxvaron', 'hombrexhombre') (Abadía, 2023a; Teixeira, 2015) y en general, la construcción de un discurso altamente masculino, no solo en la presentación visual, sino además en la construcción identitaria que busca una lejanía de ser señalado o ser llamado como 'suficientemente homosexual' y que por el contrario enfatiza en lo masculino

(Rezende & Cotta, 2015; VanderStouwe, 2019). Asimismo, investigaciones que han analizado anuncios clasificados de páginas como Craigslist (principalmente en Estados Unidos), han encontrado expresiones de deseo fuertemente sexualizadas hacia personas de la clase trabajadora (obreros) y una eroticidad hacia cuerpos racializados (especialmente desde cuerpos blancos), (Ward, 2008).

Todos estos análisis y preceptos guardan una estrecha relación con la ‘masculinidad hegemónica’ (Connell & Messerschmidt, 2005), sistema por el cual se establecen jerarquías que subordinan otras subjetividades masculinas y por el que gran parte de los hombres occidentales son socializados. En este modelo aplicado a las prácticas homoeróticas, la figura del pene es presentada como un elemento discursivo importante, usualmente asociado a un cuerpo idealizado, blanco, delgado, musculado, atlético (concentrado en la zona superior del cuerpo), con vello facial (barba) y regulado y contenido en su expresión (Daroya, 2017; Lanzieri & Hildebrandt, 2011; Miller, 2018; Rodríguez et al., 2016; Tran et al., 2020) a través de este ideal, aparece una negación sobre lo femenino, los cuerpos y comportamientos feminizados y las experiencias encarnadas provenientes de otras posiciones del deseo vistas como falos (denominadas por algunos autores como femefobia, plumofobia o *sissyphobia* en inglés) (Abadía, 2023b; Ariza, 2019; Chancellor, 2015; De Miranda & Cerqueira-Santos, 2019; Hoskin, 2019).

Esta dinámica hegemónica de género asociada a los hombres ha hecho que entre ellos (especialmente entre aquellos que se definen como homosexuales) se determinen estereotipos que refuerzan la masculinidad desde lo personal, como una forma de autopresentación y de encontrar parejas potenciales en aplicaciones en línea y por la que se construyen perfiles que replican patrones específicos sobre el modo en la que los hombres deben verse o actuar. Justamente a este posicionamiento parte de la masculinidad hegemónica se le denomina como *mascing* o encuadre masculino (Miller, 2018; Rodríguez et al., 2016; Sarson, 2019), al mismo tiempo estrategia y forma de vigilancia por el que muchos hombres obtienen privilegios asociados a lo masculino por situarse o por promover una imagen estereotipada, corporizada, expresada discursivamente y alineada con los preceptos jerárquicos previamente presentados.

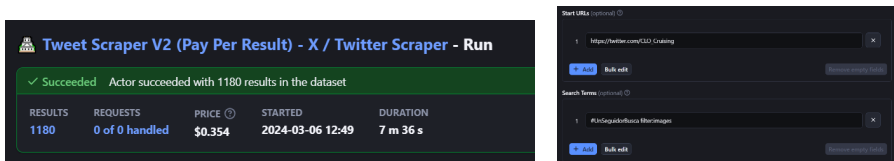
## De análisis de datos y de redes. Consideraciones y descripción del proceso metodológico

El presente planteamiento metodológico surge de manera paralela a la investigación titulada “Ver sin ser visto. El ocultamiento del rostro y la auto objetivación del cuerpo como formas de autopresentación en Aplicaciones de Consumo Sexoafectivo Homoerótico” llevada a cabo en el Doctorado en Comunicación de la Universidad Iberoamericana, actualmente en curso. El encuentro y reconocimiento con la cuenta @Clo\_Cruising se realizó durante el proceso de observación y recolección del corpus de dicha investigación en aplicaciones como Grindr y redes como X y debido a su funcionamiento y mensajes compartidos se consideró importante comprender los fenómenos discursivos que allí ocurrían.

Así, esta aproximación fue pensada desde los métodos digitales, específicamente con relación a técnicas digitales en función de la recolección, la limpieza, el procesamiento y la posterior visualización y análisis de los datos (Sued, 2021). Su recolección fue realizada por medio de *scrapping* (rascado de datos) utilizando el actor “Tweet Scraper V2 (Pay Per Result) - X / Twitter Scraper” de la aplicación Apify. Se realizaron dos rondas (el 6 de marzo y el 15 de mayo de 2024), a partir de dos términos de búsqueda en la cuenta @Clo\_Cruising (el *hashtag* #UnSeguidorBusca, que suele acompañar generalmente las publicaciones y el filtro de imágenes filter:images) (Figura 1), de esta recolección se obtuvo un *dataset* con un total de 1180 resultados (de publicaciones realizadas entre el 10 de marzo de 2022 hasta el 15 de mayo de 2024), de los cuales se descargaron los siguientes campos: texto, url, fecha de creación, url de las imágenes y métricas de X (me gusta, comentarios, republicación, marcador, citas y visualización).

**Figura 1**

*Resultados y filtros de recolección del actor “Tweet Scraper V2” de la aplicación Apify*



Tras ello, se procedió con la limpieza del *dataset* en la aplicación en línea Google Sheets, excluyendo republicaciones, publicaciones repetidas, publicaciones que no incluyeran avisos clasificados y publicaciones que tuvieran imágenes explícitas de usuarios sin anuncios. Se obtuvo un *dataset* final con 569 publicaciones cuyas imágenes fueron descargadas mediante la extensión de Google Chrome Tab Save, para un total de 572 (tres publicaciones tenían al menos dividida la publicación en dos imágenes), a su vez se renombraron los archivos para su mejor procesamiento. Así y debido a que el análisis a realizar era de tipo textual, se recurrió a la librería *pytesseract* para el reconocimiento de caracteres (OCR) utilizando un código personalizado en Python 3.11.4. Esto generó un nuevo *dataset* con las transcripciones de las imágenes ajustado de forma manual, eliminando emojis, datos personales o cualquier elemento por el que se pudiera reconocer las publicaciones.

Para un primer análisis de este *dataset* se utilizó la herramienta Voyant Tools, con el fin de reconocer las palabras con mayor frecuencia, una visualización de las palabras más usadas en dicho corpus puede ser encontrada en la Figura 2. Posteriormente, se seleccionó un compendio de palabras que, según la literatura previamente presentada, guardaban una relación estrecha con los discursos hegemónicos de la masculinidad. A partir de dicha recopilación se configuraron siete áreas de reflexión organizadas por orden de relevancia en el discurso, a saber: roles sexuales, características de la masculinidad hegemónica, características de corporalidades feminizadas, experimentación sexual y heterosexualidad, interseccionalidad, características corporales y prácticas sexoafectivas particulares. Esta categorización se realizó debido a que se encontró una diversidad de formas de llamar a una misma categoría: en singular, en plural, abreviada, con o sin tilde, de algunas maneras contextuales o utilizando un argot específico. El listado de las categorías resultantes, las palabras (y frases) asociadas a cada una así como su correspondiente frecuencia de repetición, pueden ser encontradas en la Tabla 1.





Características de corporalidades feminizadas	C1	Feminidad	afeminado, afeminados, delicado, delicados, fem, femboy, femboys, femenina, femeninas, femenino, femeninos, fems, puta, putita, sissy, perrita	72
	C2	Uso de lencería	lencería, tanga, tangas, tanguitas, ropita interior de mujer	19
	C3	Trans/FTM	trans, ftm, travestismo	54
	C4	Virginidad	virgen, virginidad	7
	C5	Sumisión	sumiso, sumiso, porto bn	14
	C6	Aguante sexual	aguantador, aguantadores, tragón, tragona	15
Experimentación y heterosexualidad	D1	Heterocuriosidad	cacorro, curiosear, curiosidad, curioso, curiosos, flexibles, hetcurioso, hete, hetero, heterocurioso, heteros	104
	D2	Experimentación	experimentar, probar. Probando, entrenarse, mi primera vez	25
	D3	Bisexualidad	bi, bisexual, bisexuales	12
Interseccionalidad	E1	Características raciales	negro, negros, moreno, niches, trigueño,	32
	E2	Características económicas	parcero, parceros, parce, nea, chacal	10
	E3	Blanquitud	blanco, blanquito	17
Características corporales	F1	Cuerpo delgado	delgado, delgados, flaco, flacos	31
	F2	Vello corporal	barbado, oso, osos, peludo, velludito, velludo, velludos, barba	23
	F3	Musculatura	acuerpado, acuerpados, atléticos, musculoso, tonificado, de gym, gymbro, deportivo	12
	F4	Cuerpo Gordo	gordito, gorditos, gordo, gordos gordibuenos, robusto	30
	F5	Pene grande	buena verga, vergón, vergon, vergones, bien dotado, pene grande	64
	F6	Pene	chimbo, pene, vergas, verga, vergo	44
	F7	Trasero	culito, culo, culon, culos, nalgon	36
	F8	Belleza	atractivo, pinta, atract, lindo	20
Prácticas sexoafectivas	G1	Cruising	cruising, cruisin, aire libre	37
	G2	Conocer	conocer	33
	G3	Amistad	amistad, amistades, amigos	25
	G4	Encuentros Casuales	casual, casuales, ver que pasa, sin lío, parchar, sin mucho rollo, abierto	18
	G5	Masturbación	paja, pajaamigo, pajamigo, pajas, pajearse, pajeros, masturbar	25
	G6	Inmediatez	ya	20
	G7	Sexo Oral	chupar, mamar, chupen churparsela, chupón	62

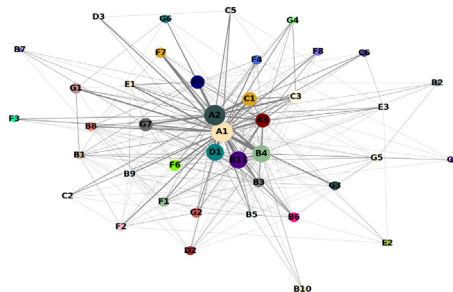
Elaboración propia.

Una vez realizado este proceso de codificación se optó por dos análisis: el primero proveniente de una identificación de métricas con mayor tipo de *engagement* (Rogers, 2018), para determinar qué discursos hacían parte de las publicaciones con mayor interacción en la cuenta; el segundo, se trató de un análisis de redes sociales (Aguirre, 2011), de tipo inductivo y por medio del relacionamiento entre palabras y categorías presentes en una misma publicación. Sobre estos resultados, se generó una tabla de codificación en la que se registraron las correlaciones entre las diferentes palabras, registrando siempre la primera con mayor valor (o código) en función de sus correspondientes; en este sistema de relacionamiento se ignoraron por completo las frases de negación y solo se consideraron aquellas que describen a la persona ('yo soy') o aquellas con descripciones de búsqueda particular ('yo busco').

Para finalizar y para realizar la visualización de los relacionamientos discursivos encontrados se generaron grafos analíticos de las redes resultantes, utilizando las librerías de Python 3.11.4 network y matplotlib, a partir de un código personalizado de carga de bases de datos (csv); en dichos grafos se puede visualizar las categorías dominantes (actores). Las relaciones entre nodos, así como el grado de correspondencia entre ellos (dado en términos de repetición en el *dataset*). El grafo resultante en el que se presentan los relacionamientos de todas y cada una de las categorías consideradas en este estudio puede ser visualizado en la Figura 3.

**Figura 3**

*Grafo de relacionamiento de categorías, que muestra su densidad, así como el grado de conexiones de cada relación y la frecuencia de cada nodo*



Elaboración propia.

## **Entre la discreción y el deseo. Análisis de resultados**

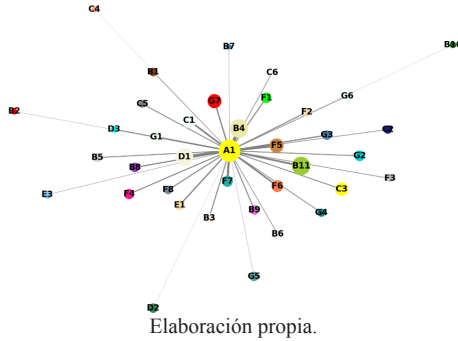
Como parte del proceso de análisis se tuvo en cuenta las palabras y las frases con mayor presencia en el corpus y sus formas de relacionamiento. A partir de dicho acercamiento se determinaron cuatro temáticas entendidas como importantes para el propósito de esta investigación: los estereotipos homosexuales, los discursos de la masculinidad, el deseo sobre la heterosexualidad, y la búsqueda oculta del afeminamiento. Cada una de ellas se explica a continuación.

### ***Los estereotipos homosexuales binarios***

Dos de los elementos de mayor importancia y repetición en el corpus analizado se relacionan con los roles sexuales que performan los hombres en sus relaciones sexuales con otros hombres o en prácticas homoeróticas. De esta manera, el rol activo (165) y el rol pasivo (157) son las palabras de mayor repetición, planteando el relacionamiento discursivo más fuerte entre sí (70). Esta correspondencia muestra la importancia de los roles sexuales en las prácticas homoeróticas y de cómo desde de ellos se performan roles de género binarios ampliamente marcados por estereotipos (Sánchez et al., 2009). La idealización de estos dos roles guarda una estrecha relación con las características socioculturales que se han asumido en torno a cada uno de ellos; se encontró que discursivamente el rol activo (A1) se relaciona con el encuadre masculino (B8), la discreción (B3) y la varonilidad (B9) como aspectos encarnados de los sujetos, y con un pene grande (F5), la musculatura (F3) y la presencia de vello corporal (F2) como aspectos físicos importantes (Figura 4). Por su parte, el rol pasivo (A2) guarda una cercanía con la feminidad (F2) como aspecto primordial, pero también la sumisión (C5), la discreción (B3) y el aguante sexual (C6); en términos corporales se asocia a la búsqueda de penes grandes (F5) y a prácticas sexuales como el sexo oral (G7) (Figura 5).

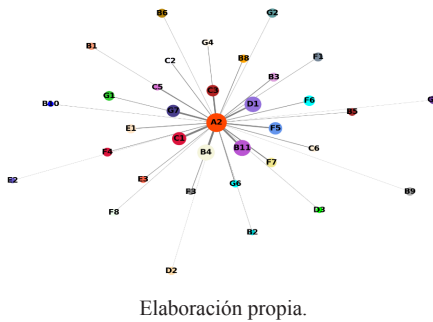
**Figura 4**

*Grafo de relacionamiento del rol sexual activo (A1) con el resto de las categorías*



**Figura 5**

*Grafo de relacionamiento del rol sexual pasivo (A2) con el resto de las categorías*



Debido a que la cuenta @Clo\_Cruising es un espacio de anuncios clasificados, hay una mayor presencia de frases asociadas a la búsqueda específica de estos roles sexuales (especialmente del rol activo) marcado por elementos estereotípicos y aparece un mayor esfuerzo por quienes se identifican con el rol pasivo por hacer una descripción más detallada sobre sí mismos. Frases asociadas al rol activo como “Busco manes curiosos reservados discretos eso sí masculinos”, “Quiero activos lindos arrechos y masculinos”, “Busco activo varonil”, “busco act dominante”, “Busco Bi

*o Activo varonil joven bien dotado y gruesa*”, “*quiere encontrar un macho activo*”, “*Busco Activo de 18 a 25 pinta vergon*” y frases asociadas al rol pasivo como “*yo pas 26 años varonil*”, “*Soy pasivo blanco Bastante aguantador*”, “*quiere culo joven un pasivo delgado*”, “*totalmente pasivo aseado pulcro*”, “*pasivo varonil tengo cuerpo de gym*”, “*yo pasivo culon*”, “*más pasivo sumiso y aguantador*”, son algunas de las construcciones discursivas que se pueden encontrar en esta categoría. Estas declaraciones son construcciones hechas a partir de una idealización estereotípica del cuerpo y del comportamiento, en el que el hombre que performa un rol activo suele estar relacionado con lo masculino, mientras que quien performa un rol pasivo está relacionado con lo femenino. Este aspecto complementario, binario y proveniente del modelo normativo heterosexual presenta una alineación de la masculinidad con el rol sexual, denominado en la literatura como ‘masculinidad complementaria’ (Teixeira, 2015), a través de ella se presenta además una valoración taxativa de hombría, asociada en este corpus a la comprobación del nivel de masculinidad, de encuadre masculinidad o de elementos corporales que concuerden con los estereotipos buscados.

### ***Los discursos de la masculinidad***

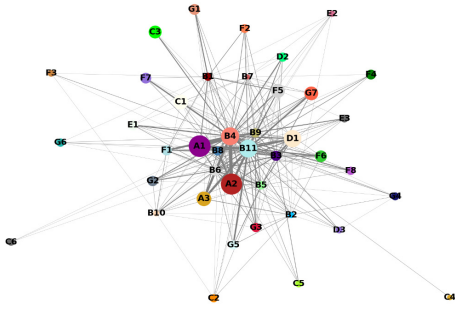
Dos de los principales categorías presentes en el corpus y que poseen mayor grado de conexión discursiva son la solicitud de la juventud (B4) (112) y la búsqueda del deseo latente (B11) (111); a estos se le suman frases relacionadas con la seriedad (B6) (32), el encuadre masculino (B8) (25) y la varonilidad (B9) (26) (ver Figura 6), descritas en trabajos anteriores y ampliamente presente en aplicaciones de consumo sexoafectivo homoerótico (Abadía, 2023a, 2023b). Estas tres características (a la que puede sumársele la discreción y la reserva) son típicas en la autopresentación de sujetos en dichas aplicaciones, altamente legitimantes dentro de las prácticas homoe-róticas tradicionales, ya que hacen referencia a la intención de búsqueda del placer y de contacto físico, pero intentando evitar el estigma o los juicios de valor asociados a la homosexualidad, su reconocimiento o a llevar a cabo prácticas sexuales con otros hombres (Grohmann, 2016; Reynold, 2015; Sarson, 2019; Vilar, 2011).

Otro atributo encontrado como altamente deseable es la juventud, aspecto parte de un cuerpo ideal homoerótico, en forma, saludable y siempre dispuesto a la relación sexual (Atuk, 2020; Wu ^ Ward, 2017). Pero también, esta característica habla

de una gran obsesión en la cultura homosexual por la búsqueda de sujetos jóvenes como parte de prácticas de dominación en los encuentros sexuales entre hombres. En esta categoría se pueden nombrar tanto la búsqueda de sujetos en el que la edad es un requisito o una preferencia (“*quiere un man discreto y joven*”, “*busco man joven*”, “*busca joven pasivo*”, “*preferiblemente jóvenes*”, “*ojala menores*”, “*busco a persona menor de 27*”, “*menores de 24*”) como la autopresentación a partir de la juventud (“*buscando otro pollo twink*”, “*pollo flaco deportivo y aseado*”, “*yo pollito*”, “*yo pasivo pollito de 18 años*”, “*soy pasivo joven*”). Sin embargo, vale la pena hacer notar que tanto la solicitud como la presentación asociada a este atributo, guardan una estrecha relación con el rol pasivo (A2) o con la búsqueda de sujetos dispuestos al encuentro sexual (B11), asunto que ratifica la contraposición discursiva de dos instancias sexuales ampliamente marcadas.

**Figura 6**

*Grafo de relacionamiento de los discursos de la masculinidad (B) con el resto de las categorías*



Elaboración propia.

De esta misma forma y debido a que estos espacios están pensados para llevar a cabo prácticas sexuales explícitas, el deseo latente (B11) se describe como un elemento primordial del cuerpo masculino, siempre dispuesto al encuentro y altamente sexualizado. Así, el morbo (entendido como una forma de interacción altamente sexualizada, que recurre tanto a la disposición como al relacionamiento sexual intenso) y el ser o estar ‘arrecho’ (referido al argot popular colombiano como

una persona dispuesta al encuentro sexual, que se excita fácilmente o cuya sexualidad es altamente pasional), son dos de los elementos que se encontraron dentro de esta categoría. Tal deseo no es entonces exclusivo de un rol sexual, sino que se encuentra ampliamente relacionado con diferentes descriptores, en tanto se refieren a sujetos siempre dispuestos al encuentro sexual y a la vivencia intensa de las prácticas homoeróticas (“*manes JOVENES serios y aseados Morbosos*”, “*activos Fetichistas y morbosos*”, “*yo pollito bien morbosos y arrecho*”, “*buscando activo o bisexual bien arrecho*”, “*Soy barbado atractivo y versatil arrecho*”, “*busco sexo con act arrechos sin ataduras*”, “*Busco pasivo arrecho*”), es allí donde radica su importancia y su alta presencia en los discursos de búsqueda de prácticas sexoafectivas, principalmente guardando relación con los roles sexuales (A1, A2, A3), con la heterocuriosidad (D1) y con la discreción (B3).

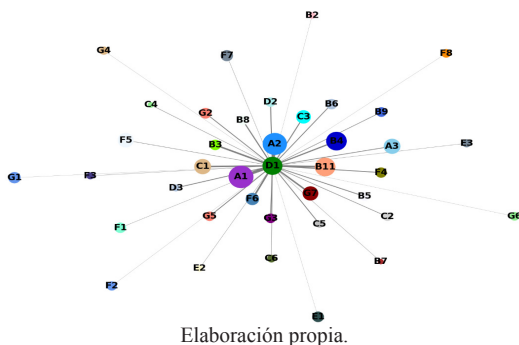
Para finalizar y como parte importante del funcionamiento de este tipo de cuentas, se hace referencia al ocultamiento (B1) y a su relacionamiento con el *cruising* (G1) (práctica que da nombre a la cuenta, acción sexual llevada a cabo en el espacio público basada en la inmediatez y la no preocupación por la identidad del otro). Esta relación es altamente recurrente en las prácticas homoeróticas en espacios sociodigitales, pues reproduce el miedo a ser identificado (Van Ouytsel & Dhoest, 2022; Wongsomboon, et al., 2021), permite una mayor desinhibición y ser más explícitos en torno a lo que se busca (Miller, 2015), identificarse con identidades sexuales no homosexuales, pero llevar a cabo prácticas sexoafectivas con otros hombres (Dang et al., 2013), y evitar señalamientos estigmatizantes en función del reconocimiento de la identidad personal (Birnholtz et al., 2014). De allí que la dinámica de interacción de esta cuenta se encuentre determinada por la no revelación de la identidad personal (o de la cuenta que emite el anuncio) toda vez que el usuario emisor así lo determine. Anuncios precedidos por la solicitud de ocultar la identidad (“*Hola Podrias publicar Porfa Tapando mi nombre*”, “*Hola admin puedes publicar en incógnito*”), que muestran algún tipo de comportamiento oculto (“*probando a escondidas*”), o que realizan alguna solicitud específica basada directamente en el anonimato (“*Hola puede publicar anonimo*”, “*hacienda quien para hacer cruising anonimo*”, “*Hola Admin Me gustaría publicar algo anonimo*”) son primordiales para las lógicas de acercamiento en estos espacios.

### *El deseo sobre la heterosexualidad*

Uno de los aspectos más sorprendentes sobre el análisis de este corpus y que parece ir en favor de algunos resultados en la literatura, es la posición privilegiada que gozan los hombres heterosexuales dentro de la población homosexual y como parte de un fetiche sexoafectivo dentro de los hombres que tienen sexo con otros hombres. No solamente existe una admiración excesiva por el hombre heterosexual (Casalheira y Smith, 2020) sino que es el resultado de una performatividad masculina heteronormativa y como el estándar de la masculinidad hegemónica (Lanzieri y Hildebrandt, 2011). En ese sentido, la búsqueda de hombres heterosexuales para llevar a cabo prácticas sexuales con hombres homosexuales busca reforzar una idea en torno a una ‘masculinidad auténtica’ (Reynold, 2015), toda vez que se convierte en una estrategia para validar las experiencias homoeróticas (y rehuir del estigma de la homosexualidad).

**Figura 7**

*Grafo de relacionamiento de los discursos sobre la heterocuriosidad o la heterosexualidad como elemento deseado (D1) con el resto de las categorías*



En ese sentido, no es fortuito que las publicaciones con métricas de mayor interacción en el corpus (y en el lapso de tiempo de recolección) sean aquellas que nombran alguna característica asociada a la heterosexualidad, la búsqueda de algún tipo de experimentación homoerótica desde dicha identidad o la curiosidad por llevar



a cabo experiencias sexuales con otros hombres (denominada coloquialmente como ‘heterocuriosidad’), todas ellas identificadas en la categoría D1 (104) (ver Figura 7). Estas publicaciones con una gran visualización, republicación y me gusta, se encuentran fuertemente relacionadas con discursos sobre la discreción (B3), la masculinidad (B8), la reserva (B5), el deseo latente (B11) y la seriedad (B6) (Figura 6), toda vez que se suelen llevar a cabo desde el silencio y el ocultamiento para no comprometer la identidad sexual de quien se posiciona desde la heterosexualidad. Los siguientes anuncios de gran interés dentro de la cuenta son el resultado de dicha práctica asociada con la discreción y la reserva, cuyo requerimiento es un tipo de ‘masculinidad simétrica’ (es decir, llevar prácticas con hombres masculinos similares o ‘no obvios’): *“Hola, soy bisexual, muy reservado”, “Tengo vida hetero, tengo mujer y nadie sabe de esto. Busco manes en mismas condiciones para parches discretos”* y *“Soy hetero, serio, tengo esposa, muy reservado, muy pero muy reservado”*.

Pero al mismo tiempo, dentro de esta categoría se encontró una sorpresiva relación con la búsqueda de prácticas sexuales específicas como parte de procesos experimentación personal (asociada a la categoría D2). Anuncios como *“experimentar soy hetero pero quiero probar”, “hombre hetero probando a escondidas”, “busco un amigo discreto ojala sea pasivo para probar gracias”, “Algun pana con vida de hetero para parchar y poder probar”* y *“soy hetero curioso deseo probar por primera vez”* son el reflejo de las fugas de los sujetos a un sistema estricto que castiga las experiencias sexuales entre dos hombres, incluso aunque uno de ellos no se identifique con la homosexualidad.

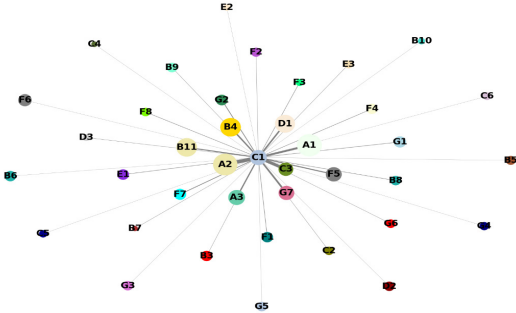
### ***La búsqueda oculta del afeminamiento***

Contrario a un estudio previamente adelantado (Abadía, 2023a) en el que se describieron declaraciones específicas asociadas a la prohibición y la negación sobre la feminidad, en el análisis discursivo sobre los anuncios de la cuenta @Clo\_Cruising se encontró una búsqueda altamente deseable sobre corporalidades, prácticas y encarnaciones feminizadas. El afeminamiento puede ser definido como una forma de comportamiento relacionado con la idea que, desde la identidad masculina se tiene sobre lo femenino (De Miranda & Cerqueira-Santos, 2019) y es un comportamiento altamente castigado y estigmatizado dentro de aplicaciones y sitios de contacto

sexoafectivo homoerótico (Arredondo, 2020; Chancellor, 2015; Grohmann, 2016; Hoskin, 2019; Rezende & Cotta, 2015; Teixeira, 2015; Vilar, 2011). No obstante, y dadas las condiciones de ocultamiento de la identidad propuestas por esta cuenta de X, la búsqueda de experiencias feminizadas tiene una amplia presencia dentro del discurso de búsqueda homoerótico. En vez de encontrar mensajes de negación asociados a cuerpos o experiencias afeminadas, en la cuenta hay una prevalencia de búsqueda asociada al gusto o a la búsqueda de sujetos femeninos o afeminados (C1) (72) de rol pasivo (A2) (“busco Fem boys o de closet para encuentros íntimos”, “quiero conocer un pollito afeminado”, “Busco pasivo femenino o delicado”, “Hola podrias ayudarme en busca de pasivos pero femeninos”, “Hola me ayudas a buscar algun femboy pasivo”, “me ayudas a encontrar un femboy joven flaco”, “Busco pasivos ojo solo pasivos femeninos delicados”) o específicamente de mujeres u hombres trans (asociados con la sigla FTM) (C3) (“busco chico trans ftm o femboy”, “busco femboy sissy o chica trans”, “Podrias preguntar sobre algun femboy o trans pasiva”, me gustaria una trans bien niña o femboy”, “Hola alguna pasiva femenina o trans”, “buscando femboy trans o afeminados”) (ver Figura 8).

**Figura 8**

*Grafo de relacionamiento sobre anuncios que relacionan experiencias feminizadas (C1), tanto a nivel de búsqueda como a nivel identitario*



Elaboración propia.

Es así como sobre este tipo de espacios alternativos parece existir una amplia permisividad frente a comportamientos e identidades no hegemónicas, toda vez que son el resultado de experimentaciones sexoafectivas (“*deseo conocer femboy y trans para curiosear*”, “*probé un afeminado pollito y me gusta*”) o como una manera personal de revelar ciertos fetiches en torno a los juegos de rol establecidos en la intimidad (establecidos en esta categorización como uso de lencería – C2: “*aca man acuerpado bien cuidado masculino me gusta usar prendas femeninas en la cama*”, “*busco Femboy bien afeminados ojala con lenceria*”, “*Soy pasivo uso lenceria femenina*”). En todo caso y dado que se trata de un sitio alternativo en el que la identidad se encuentra salvaguardada, aparece la posibilidad (aparentemente no castigada) de definirse como un hombre femenino (“*Hola puedes publicar Soy femenino*”, “*yo pasivo femboy*”, “*soy pasivo afeminado y en la intimidad me visto de nena*”, “*Soy femboy putita sumisa*”) y de rechazar lo masculino como parte de la búsqueda de experiencias sexoafectivas específicas (“*NO VERSATILES NI MACHOS solo afeminados*”, “*busco activos que les gusten fems*”).

## **Conclusiones y trabajo futuro**

El presente estudio recolectó los mensajes de la cuenta alternativa para encuentros y negociaciones sexoafectivas de X llamada @Clo\_Cruising, en la que a través de anuncios clasificados enviados como mensajes directos, los sujetos (en su mayoría hombres) fueron capaces de enunciar sus búsquedas y sus autopresentaciones controlando la revelación de su identidad ante otros. Aplicando técnicas digitales, evaluando métricas de interacción y utilizando la técnica cualitativa de redes sociales, se buscó describir y encontrar el relacionamiento entre palabras y frases utilizadas en los anuncios con discursos dominantes de la masculinidad hegemónica.

En dicha cuenta y a pesar de que no es requisito contar con una autopresentación basada en imágenes o la creación de perfiles específicos para interactuar con otros, los sujetos se describen a partir de elementos estereotipados que logren captar la atención y el deseo de quienes los leen; en ese sentido, se hace evidente que sigue existiendo una alta valoración por un hombre masculino, joven, discreto, altamente deseante y en plena disposición para el encuentro sexual. La búsqueda de este ideal modélico (especialmente replicado por los sujetos que se identifican con el rol pasivo)

asociado además a un tipo de características corporales específicas (como el pene grande, la musculatura o la belleza física) logran convertirse en aspectos importantes tanto en los discursos de búsqueda de encuentros sexoafectivos como en la auto-presentación selectiva en espacios sociodigitales homoeróticos. Como se observó, dos aspectos asociados a predictores de la masculinidad fueron importantes en los discursos de búsqueda analizados: la juventud y el deseo latente, ambos considerados como elementos primordiales de un sujeto idealizado, dispuesto y deseante dentro de las prácticas homoeróticas en línea.

Por su parte, la interacción desde el anonimato o del ocultamiento de la identidad personal se presentan como fundamentales en los procesos de negociación sexoafectiva entre hombres, sin que ello excluya en ningún momento ni el deseo por el otro, ni la búsqueda sucesiva de estos encuentros. De hecho, estas características se alinean con que dos de las publicaciones con mayores métricas de interacción de la cuenta (comentarios y me gusta) se refieran a la gestión de espacios físicos y digitales para el encuentro entre hombres, siempre a partir de la discreción y el silencio (“*grupo de WhatsApp solo para manes de Cali, pajeros exactamente y que sean discretos*”, “*Quienes interesados en un club de paja. Nos reservamos el derecho de admisión*”). Esto habla de cómo incluso ante las luchas y los alcances políticos que hoy en día tiene la población LGBTQ+, aún existen estigmas latentes en la sociedad frente a las identidades sexuales diversas y ante cualquier práctica que no se alinee con un estado de normalidad sexual. De allí que el silencio, la discreción, la reserva y la negociación del deseo de forma privada y a ‘escondidas’ siguen siendo características de estas prácticas. Estas características han orillado a los sujetos a utilizar de forma creativa e inesperada espacios y aplicaciones sociodigitales, toda vez que a través de ellos se presenta una alta performatividad, tanto de la presentación personal como sobre la búsqueda de sujetos con características particulares para llevar a cabo encuentros sexuales (Yeo & Fung, 2017).

En ese sentido, son lo digital y espacios alternativos autogestados (como la cuenta @Clo\_Cruising) quienes favorecen que los sujetos puedan ocultar su identidad, pudiendo garantizar el encuentro, el acercamiento y la expresión latente sobre su propio deseo. Así, el anonimato parece favorecer una búsqueda (en algunos casos fetichizada) de posiciones, corporalidades y encarnaciones que en otros espacios son

fuertemente rechazados, ya que se encontró que el carácter incógnito del contacto entre sujetos (mayoritariamente hombre) guarda una estrecha relación con los deseos mayormente excluidos o prohibidos dentro del placer homoerótico. Pero al mismo tiempo, fue altamente sorpresivo encontrarse con una gran deseabilidad normativa por sujetos heterosexuales, bisexuales y con curiosidad por la experimentación sexual con otros hombres; esto habla que incluso desde la gestión de espacios alternativos se replican lógicas discursivas de deseo hacia experiencias normativas, en las que el hombre heterosexual es considerado como el epitome de la masculinidad o como la encarnación máxima de una masculinidad auténtica en pleno ejercicio de su deseo.

Estos comportamientos pueden enmarcarse en un hallazgo que, aunque minoritario en repetición y en relaciones, es capaz de describir y concentrar las prácticas y descripciones de este espacio alternativo de acercamiento homoerótico: la ‘estética sornera’. El o lo ‘sornero’ (en el argot de culturas populares, especialmente del occidente colombiano) se refiere a aquellas personas que guardan secretos, que llevan una vida discreta o que actúan a partir de la cautela y el silencio (AsiHablamos.com, 2024). Esta conformación identitaria permite que, desde una lógica clandestina (u oculta a la vista de la sociedad) se puedan llevar a cabo prácticas que de otra manera son estigmatizadas o sobre las cuales se suelen dar juicios de valor negativos, por estar prohibidas o por no estar relacionadas con la moral de conservación de tradiciones que se profesa socialmente. El consumo de drogas, la asistencia a espacios de esparcimiento específicos, las prácticas de robo o de delincuencia común y por supuesto los acercamientos homoeróticos (especialmente aquellos no normativos, con corporalidades femeninas o aquellos gestados desde la experimentación sexoafectiva) pueden ser adjetivados como ‘sorneros’ (“*Algun pana con vida de hetero para parchar y poder probar Gente sornera*”, “*Busco activo o hetero curioso reservado y sornero*”). Esta estética implica al mismo tiempo una serie de decisiones en torno a lo que se revela de sí mismo (autopresentación selectiva) y a las estrategias que se despliegan para ser deseables y participar de prácticas sexoafectivas homoeróticas sin ser reconocidos; la generación de estos espacios alternativos y la participación en ellos garantizando el anonimato promueven el éxito de dichas estrategias.

El presente estudio logra entonces ampliar la literatura y los análisis sobre los usos de espacios y aplicaciones sociodigitales para el acercamiento y la negociación

de prácticas sexoafectivas homoeróticas, haciendo un especial énfasis en su carácter alternativo al utilizar el funcionamiento de los anuncios clasificados personales como forma de contacto con otros sujetos en una red social de *microblogging*. De la misma forma permite comprender que la búsqueda de dichas prácticas en los entornos socio-digitales es constante, toda vez que la expresión sexoafectiva entre hombres sigue padeciendo de una alta prohibición en los espacios físicos cotidianos (incluso con prácticas de acercamiento aleatorias en el espacio público basadas en la inmediatez, como el *cruising*).

Quedan pendientes dos aspectos como parte de una línea futura de investigación. Por una parte el estudio de otros espacios alternativos (en la propia red X, en grupos privados de Facebook o en aplicaciones como Telegram o WhatsApp) que permitan confirmar que existe una relación constante entre los discursos de búsqueda homoerótica y la desinhibición propiciada por el anonimato. Por otra, es debido realizar una reencarnación tanto de los datos recolectados como de las relaciones discursivas encontradas, toda vez que la experiencia narrada de sujetos que hacen uso de estos espacios podría ayudar a dilucidar tanto las decisiones de autopresentación estereotipadas descritas, así como las búsquedas sobre experiencias y corporalidades altamente prohibidas en otros entornos sociodigitales. A su vez, este acercamiento podría aclarar cómo estas iniciativas se relacionan con las condiciones interseccionales (de raza y de clase) de los sujetos, aspectos no concluyentes y por ende no abordados dentro de este estudio. De esta manera, la confrontación con la narración vivida y la reincorporación de los datos nuevamente al cuerpo homoerótico son acciones futuras por realizar como parte de este acercamiento investigativo.

## Referencias

- Abadía, I. (2023a). “*No fems; solo discretos y masculinos*”. *Plumofobia en espacios digitales mexicanos como métodos de exclusión y de categorización de una ‘masculinidad auténtica’*. [Paper]. III Congreso sobre violencias de género. Evidencias y mejores prácticas de intervención en México, América Latina y el Caribe, UNAM - CDMX.
- Abadía, I. (2023b). “*Váronx Varón*”. La plumofobia en redes sociodigitales como una forma de identidad sexogenérica. *Arte-facto: Desdibujando el género. Diversidad*

*sexogénica aquí y ahora*, 1. <https://arte-facto.generoyjuventud.iberomexico.mx/media/articulos/articulos/varonxvaron---ivan-abadiapdf>

Aguirre, J. (2011). *Introducción al Análisis de Redes Sociales*. Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas.

Ahlm, J. (2017). Respectable promiscuity: Digital cruising in an era of queer liberalism. *Sexualities*, 20(3), 364-379. <https://doi.org/10.1177/1363460716665783>

Ariza, S. (2019). Las plumas son para las gallinas: Masculinidad, plumofobia y discreción entre hombres. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 73(2), 453-470. <https://doi.org/10.3989/rdtp.2018.02.009>

Arredondo, A. (2020). *Construcción de las masculinidades en hombres gays que usan Grindr* [Tesis de Licenciatura en Psicología, Pontificia Universidad Católica de Perú].

AsiHablamos.com. (2024). Sornero [Página web]. <https://www.asihablamos.com/word/palabra/Sornero.php>

Atuk, T. (2020). Cruising in-between immunity and community: A virtual ethnography of cruising in Istanbul. *Sexualities*, 1-23. <https://doi.org/10.1177/1363460720973893>

Birnholtz, J., Fitzpatrick, C., Handel, M., & Brubaker, J. (2014). Identity, Identification and Identifiability: The Language of Self-Presentation on a Location-Based Mobile Dating App. *MobileHCI*, Toronto, Canadá. <http://dx.doi.org/10.1145/2628363.2628406>

Bogetic, K. (2020). Co-opting the neoliberal manhood ideal: Masculinity, normativity, and recursive normalisation in Serbian gay men's digital dating profiles. *Language in Society*, 50, 93-123. <https://doi.org/10.1017/S0047404520000639>

Bolter, J., & Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. The MIT Press.

- Cascalheira, C., & Smith, B. (2020). Hierarchy of Desire: Partner Preferences and Social Identities of Men Who Have Sex with Men on Geosocial Networks. *Sexuality y Culture*, 24, 630-648. <https://doi.org/10.1007/s12119-019-09653-z>
- Cassidy, E. (2013). *Gay men, Social media and Self-Presentation: Managing identities in Gaydar, Facebook and Beyond* [Tesis Doctoral, Queensland University of Technology].
- Chancellor, M. (2015). *The Masculine Mystique: A rhetorical Criticism* [Tesis de Maestría, University of Southern Mississippi].
- Connell, R., & Messerschmidt, J. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender and Society*, 19(6), 829-859.
- Dang, H., Cai, S., & Lang, X. (2013). Location-based Gay Communication: An Empirical Study of Smartphone Gay Apps Use in Macau. *SSRN*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2257253>
- Daroya, E. (2017). Not Into Chopsticks or Curries: Erotic Capital and the Psychic Life of Racism on Grindr. En D. W. Riggs (Ed.), *The Psychic Life of Racism in Gay Men's Communities* (pp. 67-80). Lexington Books.
- De Miranda, M., & Cerqueira-Santos, E. (2019). Escala de Atitudes Negativas sobre Afeminação (ANA): Adaptação e evidências de validade no Brasil. *Psico*, 50(2). <https://doi.org/10.15448/1980-8623.2019.2.31342>
- Espinoza, A. (2020). *Cruising. Historia de un pasatiempo radical*. Dos Bigotes.
- Grohmann, R. (2016). Não sou/ não curto: Sentidos circulantes nos discursos de apresentação do aplicativo Grindr. *Sessões do Imaginário*, 21(35), 70-79. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3710.2016.1.20586>



- Gudelunas, D. (2012). There's an App for that: The Uses and Gratifications of Online Social Networks for Gay Men. *Sexuality y Culture*, 16, 347-365. <https://doi.org/10.1007/s12119-012-9127-4>
- Hoskin, R. (2019). Femmephobia: The Role of Anti-Femininity and Gender Policing in LGBTQ+ People's Experiences of Discrimination. *Sex Roles*, 81, 686-703. <https://doi.org/10.1007/s10508-020-01641-x>
- Lanzieri, N., & Hildebrandt, T. (2011). Using Hegemonic Masculinity to Explain Gay Male Attraction to Muscular and Athletic Men. *Journal of Homosexuality*, 58(2), 275-293. <http://dx.doi.org/10.1080/00918369.2011.540184>
- Méndez, W. (2020). *El discurso machista entre integrantes GLBTI en los medios virtuales. Estudio de caso Grindr* [Tesis de Licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana].
- Miller, B. (2015). "Dude, Where's Your Face?" Self-Presentation, Self-Description, and Partner Preferences on a Social Networking Application for Men Who Have Sex with Men: A Content Analysis. *Sexuality y Culture*, 19, 637-658. <https://doi.org/10.1007/s12119-015-9283-4>
- Miller, B. (2018). Textually Presenting Masculinity and the Body on Mobile Dating Apps for Men Who Have Sex With Men. *Journal of Men's Studies*, 26(3), 305-326. <https://doi.org/10.1177/1060826518773417>
- Parra, L., & Obando, A. (2019). De armarios virtuales a campos digitales de exterminio: Interseccionalidad de Grindr fábrica de gaycidad chilena. *Comunicación y Medios*, 40, 98-113. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2019.54008>
- Reynold, C. (2015). "I Am Super Straight and I Prefer You be Too": Constructions of Heterosexual Masculinity in Online Personal Ads for "Straight" Men Seeking Sex With Men. *Journal of Communication Inquiry*, 39(3), 213-231. <https://doi.org/10.1177/0196859915575736>

- Rezende, R., & Cotta, D. (2015). “Não curto afeminado”: Homofobia e misoginia em redes geossociais homoafetivas e os novos usos da cidade. *contemporanea | comunicação e cultura*, 13(2), 348-365. <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v13i2.13860>
- Rodríguez, N., Huemmer, J., & Blumell, L. (2016). Mobile Masculinities: An Investigation of Networked Masculinities in Gay Dating Apps. *Masculinities and Social Change*, 5(3), 241-267. <http://doi.org/10.17583/MCS.2016.2047>
- Rogers, R. (2018). Otherwise Engaged: Social Media from Vanity Metrics to Critical Analytics. *International Journal of Communication*, 12, 450-472.
- Sánchez, F., Greenberg, S., & Ming, W. (2009). Reported Effects of Masculine Ideals on Gay Men. *Psychology of Men y Masculinity*, 10(1), 73-87. <https://doi.org/10.1037/a0013513>
- Sarson, C. (2019). ‘Hey man, how’s u?’: Masculine speech and straight-acting gay men online. *Journal of Gender Studies*, 29(8), 897-910. <https://doi.org/10.1080/09589236.2020.1794802>
- Sued, G. (2021). Repertorio de técnicas digitais para la investigación con contenidos generados en redes sociodigitales. *Paakat, Revista de Tecnología y Sociedad*, 19(10). <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a10n19.498>
- Sutherland, J. P. (2009). *Nación Marica. Prácticas culturales y prácticas activistas*. Ripio Ediciones.
- Teixeira, G. (2015). “Não estou cobrando o que eu não posso dar”: Masculinidade simétrica no homoerotismo virtual. *Sexualidad, Salud y Sociedad*, 21, 225-261. <https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2015.21.12.a>
- Tran, A., Kaplan, J., Austin, B., Davison, K., Lopez, G., & Agénor, M. (2020). “It’s all outward appearance-based attractions.” A qualitative study of body image

among a sample of young gay and bisexual men. *Journal of Gay y Lesbian Mental Health*, 24(3), 281-307. <https://doi.org/10.1080/19359705.2019.1706683>

Van Ouytsel, J., & Dhoest, A. (2022). The prevalence, context and perceptions of sexting among non-heterosexual men from various generations in Belgium. *Computers in Human Behavior*, 126. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107031>

VanderStouwe, C. (2019). ‘Straight-ish’: Agency, constraints, and the linguistic negotiation of identity and desire in online personal advertisements among men seeking men. *Gender and Language*, 13(1), 122-145. <https://doi.org/10.1558/genl.30939>

Vilar, D. (2011). “Sou gay, porém totalmente discreto”: Os estereótipos e a criação do ethos em um site de relacionamento gay. *ReVeLe*, 3, 1-13.

Ward, J. (2008). Dude-Sex: White Masculinities and ‘Authentic’ Heterosexuality Among Dudes Who Have Sex With Dudes. *Sexualities*, 11(4), 414-434. <http://dx.doi.org/10.1177/1363460708091742>

Woodland, R. (2000). Queer spaces, modem boys and pagan statues: Gay/Lesbian identity and the construction of cyberspace. En D. Bell, & B. Kennedy (Eds.), *The Cybercultures Reader* (pp. 403-415). Routledge.

Wongsomboon, V., Sietins, E., & Webster, G. (2021). Predictors of Face and Body Visibility in Online Dating Applications among Young Men Who Have Sex with Men. *Journal of Homosexuality*, 69(13), 2305-2325. <https://doi.org/10.1080/0918369.2021.1938469>

Wu, S., & Ward, J. (2017). The mediation of gay men’s lives: A review on gay dating app studies. *Sociology Compass*, 12. <https://doi.org/10.1111/soc4.12560>

Yeo, T., & Fung, T. (2017). “Mr Right Now”: Temporality of relationship formation on gay mobile dating apps. *Mobile Media y Communication*, 0(00), 1-16. <https://doi.org/10.1177/2050157917718601>

# RIA

---

## Editorial

amic

Asociación  
Mexicana de  
Investigadores  
de la Comunicación A.C.