



Global Media Journal

MÉXICO



V21 N40

Enero-junio 2024

ISSN: 2007-2031



Global Media Journal
MÉXICO

Vol. 21 Núm. 40 (2024): Enero - Junio

TEXAS A&M INTERNATIONAL UNIVERSITY
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL Y DESARROLLO HUMANO

Editor fundador

José Carlos Lozano

Editores

Edrei Álvarez-Monsiváis

Ana Laura Maltos-Tamez

Editor responsable

Francisco Martínez Garza

Editor asociado

Rogelio Hinojosa

Comité editorial

David González Hernández

Oscar Mario Miranda Villanueva

Elizabeth Tiscareño-García

Antonio Calderón Adel

<https://gmjmxico.uanl.mx>

globalmediajournalmexico@gmail.com

GMJ México es una publicación semestral, editada por Texas A&M International University y la Facultad de Trabajo Social y Desarrollo Humano de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Avenida Universidad s/n, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México, C.P. 66451 (<https://gmjmxico.uanl.mx>). Editor responsable: Dr. Francisco Javier Martínez Garza. Datos de contacto: francisco.martinezzg@uanl.edu.mx, teléfono: +52 81 83521309, +52 81 83529511, +52 81 83769177. Reserva de derechos al uso exclusivo número 04-2017-080814012900-203, expedido por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional del Derecho de Autor. ISSN: 2007-2031. El editor no necesariamente comparte el contenido de los artículos, ya que son responsabilidad exclusiva de los autores. Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido, ilustraciones y textos publicados en este número sin la previa autorización que por escrito emita el editor.

CONTENIDO

Artículos

- “Tenemos obligaciones, pero ningún derecho”: Precarización al interior de la TV pública mexicana** 1-18
Leticia Hernández
- La tecnopolítica como tradición teórica y metodológica iberoamericana para el estudio de las protestas sociodigitales** 19-35
César Augusto Rodríguez Cano
- Redes sociales y participación electoral de los jóvenes: Nuevo León 2021** 36-57
Carmen Dinorah García Retes
Guadalupe Maribel Hernández-Muñoz
Alma Elena Gutiérrez Leyton
- Los memes en Facebook como respuesta ciudadana a la crisis de violencia en Guerrero** 58-85
Denia May Sánchez Rivera
Agustín Molina Gama
Dulce María Quintero Romero
Lidio Edson Sánchez Rivera

Reseñas de libros


- GARAY CRUZ, Luz María (2023). Mujeres y Saberes Digitales. Las Otras Alfabetizaciones Necesarias. Tintable** 86-87
Lidia Ángeles García-González
- GIL QUINTANA, Javier (2023). Educación y Comunicación en una Sociedad Posdigital. Investigación Documental y Análisis de Perspectivas. Octaedro** 88-90
Carlota Casal
Manuel Fernández-Galiano

“TENEMOS OBLIGACIONES, PERO NINGÚN DERECHO”: PRECARIZACIÓN AL INTERIOR DE LA TV PÚBLICA MEXICANA

“WE HAVE OBLIGATIONS, BUT NO RIGHTS”: PRECARIOUSNESS INTO MEXICAN PUBLIC TELEVISION

Leticia Hernández

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

 <https://orcid.org/0000-0002-1014-6973>

Autora para correspondencia: Leticia Hernández, email: leticia1hdz@gmail.com

Resumen

Más allá de las percepciones de los periodistas, poco se sabe de las condiciones laborales de otros trabajadores de medios que también ejercen bajo entornos fragilizados. Con la finalidad de abonar a la literatura académica al respecto, este artículo parte de la pregunta ¿de qué manera los trabajadores mediáticos experimentan la precarización dentro de un canal de televisión pública en la Ciudad de México? Para responder, se parte de un trabajo de campo dividido en dos etapas: la primera, se centra en una aproximación autoetnográfica realizada entre julio y octubre de 2022 al interior de dicho medio; la segunda, consiste en seis entrevistas en profundidad hechas a trabajadores de diferente perfil (editores de audio, video, asistentes, etc.) entre noviembre de 2022 y enero de 2023. Los hallazgos permiten indicar que algunos trabajadores ligan la precarización con la pasión por lo que hacen, mientras que otros se dicen agotados y ante un panorama desalentador en el que no vislumbran mejores oportunidades. Además, las condiciones laborales se han deteriorado de manera general, al tiempo que las exigencias son cada vez más altas, pero con carencia de beneficios, malos tratos y jornadas extenuantes.

Palabras clave: trabajadores mediáticos, precarización, televisión pública, autoetnografía.

Abstract

Beyond journalists' perceptions, we know little about the conditions of other media workers who work in fragile environments too. Looking to contribute to this gap, this paper tries to answer how do media workers experience precariousness within a public television channel in Mexico City. The fieldwork consisted in a methodology divided into two stages: the first focused on autoethnographic carried out between June and October 2022 inside that TV channel; the second consisted of six in-depth interviews with workers of different profiles (audio and video editors, assistants, etc.) between November 2022 and January 2023. The findings indicate that some workers related precariousness with their passion for what they do; meanwhile, others say they are exhausted and face a

discouraging panorama in which they do not see better opportunities. In addition, working conditions have deteriorated in a general way, while the demands are increasingly higher, but with a lack of benefits, mistreatment and exhausting working hours.

Keywords: media workers, precariousness, public television, autoethnography.

Recibido: 11/07/2023

Aceptado: 15/11/2023

Introducción

- *A veces uno tiene que aguantarse para comer. Yo lo he hecho muchas veces:* productora.

- *Yo con un vaso de agua estoy bien e incluso me puedo venir en vivo:* realizador.

(Diálogo escuchado el 9 de septiembre de 2022).

La precarización al interior de los medios es constante. No importa si se trata del ámbito público o privado, la pauperización de las condiciones laborales está presente en el cotidiano de los trabajadores mediáticos en prácticamente todo el mundo. Tal situación no ha pasado desapercibida por la academia; sin embargo, se observa una línea de estudios mayormente enfocada en los periodistas y su entorno de trabajo.

Sin restar valor a estas aproximaciones, se considera necesario ampliar las perspectivas para poner el foco en los trabajadores en general, ya que no sólo los periodistas engrosan las filas de los medios y afrontan diversas problemáticas de orden laboral. Bajo esta premisa, la investigación pretende adentrarse en tal laguna y responder a la pregunta:

¿de qué manera los trabajadores mediáticos experimentan la precariedad dentro de un canal de televisión pública en la Ciudad de México?

Para lograr lo anterior, se parte de un trabajo autoetnográfico realizado durante tres meses de 2022 y que llevó a experimentar condiciones laborales adversas. También se llenó un diario de campo que condensa las vivencias e intercambios que se tuvieron en dicho espacio y que se complementó con seis entrevistas a profundidad, realizadas entre noviembre de 2022 y enero de 2023.

Los hallazgos permiten sostener que las condiciones laborales están muy degradadas, la precarización se normaliza y experimenta de manera desigual. Por un lado, se enmarca en la pasión, por otro en el agotamiento. A esto se suma una gran molestia, debido a los salarios que apenas alcanzan para llegar a fin de mes y ante la carencia de cualquier tipo de derecho laboral.

Con la finalidad de presentar de manera coherente estos datos, el artículo se divide en cinco secciones. La primera consiste en un apartado contextual en torno a los medios públicos; la siguiente presenta una aproximación al proceso de precarización y una breve revisión de la literatura; en

tanto, la tercera comprende el enfoque metodológico; en la cuarta, se presentan los hallazgos del trabajo de campo y, por último, se ubican las consideraciones finales sobre el texto en general.

Los medios públicos en México

La historia de los medios públicos en México nos remonta a más de seis décadas atrás, cuando el enfoque comercial dominaba por completo el ecosistema mediático. Pese a tal panorama, el 2 de marzo de 1959 inició sus transmisiones Canal Once del Instituto Politécnico Nacional (IPN), convirtiéndose en una televisora pionera del servicio público en América Latina (Gobierno de México, 2015). Pero los inicios de este tipo de medios no fueron nada fáciles, debido a que tuvieron que afrontar diversas limitaciones tecnológicas, materiales, económicas y de diversa índole (Esteinou, 2005b), para poder posicionarse ante la audiencia y entre los medios ya existentes.

Al tratarse de medios cuya finalidad dista del sentido netamente mercantil, se les atañen otras características, como, por ejemplo, la gran calidad de su contenido, tanto educativo, como informativo y de carácter cultural (Toussaint Alcaráz, 2009). Además, promueven diversos valores (Pareja Sánchez, 2022) y emplean la tecnología como “servicio público con un alcance masivo” para prestar un “servicio universal” a la sociedad (Toussaint Alcaráz, 2009, p. 109). En este sentido, también se les liga con el fortalecimiento de la democracia, al impulsar “la

tolerancia, el respeto, la participación, la crítica, la pluralidad, el derecho a disentir y el reconocimiento de los derechos y obligaciones propias y del otro” (Esteinou, 2007, p. 33).

Sin embargo, al ser dependientes del Estado sus principios pueden verse afectados por las regulaciones (Becerra & Waisbord, 2015) e intereses gubernamentales. Al respecto, Esteinou (2005b) señala que con el paso del tiempo algunos “se convirtieron en la infraestructura comunicativa de los gobiernos para defender o promover propagandísticamente los intereses del partido más fuerte, de los funcionarios en turno o de los grupos de poder coyunturales a los que pertenecen, e intentaron reproducir el modelo comercial desde la perspectiva burocrático estatal” (p. 51), dando lugar a contenido favorable para las diferentes administraciones.

Pese a esto, desde principios de los 60s, los medios públicos han continuado su evolución y se cuenta con una gran variedad de ellos. Actualmente, el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano indica que existen seis medios a nivel federal: Once, Canal 22, Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI), Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Radio Educación y el propio SPR, a los que se suman como invitados TV UNAM, Canal del Congreso y Televisión Educativa, además de todos aquellos estatales.

Con estos antecedentes, en los últimos años los medios públicos mexicanos han sido señalados, especialmente dentro del propio entorno mediático y periodístico, de favorecer los intereses del gobierno que encabeza el presidente Andrés Manuel López

Obrador. Así, Esteinou (2023) crítica que se hayan transformado en “canales oficialistas convertidos en aparatos ideológicos del Estado de la Cuarta Transformación”, promoviendo aspectos “propagandísticos” (p. 85), a la par de recibir menos subsidios económicos del presupuesto federal (Bravo, 2023), lo que dificulta su quehacer diario.

No solamente eso, la austeridad que ha promovido la actual administración también ha afectado a los trabajadores mediáticos. Un ejemplo emblemático se suscitó en 2019, cuando los recortes llevaron a despidos en el IMER y en la Agencia de Noticias del Estado Mexicano (Notimex), situación que tuvo eco hasta presidencia, desde donde se informó que se revisaría tal situación, pero también se anunció la necesidad de que estos medios se “ajustaran” a las nuevas políticas gubernamentales (Morales & Zavala, 2019).

Como se observa, los medios públicos en México han tenido un arduo desarrollo, en el que sus principales objetivos suelen verse soslayados por intereses de orden político. A pesar de esto, sus trabajadores continúan llevando a cabo sus labores, pero es posible intuir que no siempre lo hacen bajo las mejores condiciones y que, inclusive, pueden estar en vilo ante las legislaciones y también frente a la constante precarización.

¿Qué se entiende por precarización?

En sintonía con Bresson (2011), se considera que hablar de precarización conlleva “múltiples interpretaciones”, a pesar de ello, se ubican nociones clave para entender este proceso. En un sentido

general, Hardt & Negri (2009) indican que es un “mecanismo de control” (p. 146), mientras que Bourdieu (1997) establece que se trata de un “modo de dominación”, que conlleva a un “estado de inseguridad generalizado”, bajo el cual los trabajadores se ven “obligados” a “aceptar la explotación”.

Hablar entonces de trabajo precario es pensar en uno “incierto, impredecible y riesgoso desde el punto de vista del trabajador” (Kalleberg, 2009, p. 2), es decir, donde impera la vulnerabilidad (Wilson & Ebert, 2013). Y esta última puede materializarse de diversas maneras, como por ejemplo con laxos vínculos contractuales (contratos temporales, carencia de lazos con las organizaciones), falta de prestaciones (seguro médico, aguinaldo, etc.), bajos salarios, multitareas realizando el trabajo que harían dos o más personas sin percibir mayores ingresos, etc.

Condensando esto, hay múltiples acercamientos y discusiones sobre este proceso, pero es posible notar puntos en común sobre la indefensión de los trabajadores, las malas condiciones laborales con las que cuentan y la degradación del empleo. Sobre ésta, Braverman (1974) alerta acerca de sus consecuencias, como son la insatisfacción, el abandono de los puestos de trabajo, el poco interés, entre otros aspectos, ante condiciones cada vez más pauperizadas que parecen ir en aumento conforme pasan los años y que afectan severamente a los trabajadores de cualquier sector, no sólo en lo laboral, también en su “condición humana” (Jiménez-Bandala & Contreras Álvarez, 2019).

Sin embargo, se debe acotar que estas situaciones precarias no afectan de igual manera a todos los individuos, como es el caso de quienes trabajan en los medios de comunicación. Al respecto, existen perfiles élite que distan mucho de aquellos que se desenvuelven en la incertidumbre del día a día. A pesar de ello, se tiende a creer que la precarización es un fenómeno homogéneo y generalizado, en realidad, lo que ocurre es que se le ha naturalizado tanto que parece ser requisito de entrada para muchos de los trabajos en los medios de comunicación.

La precarización del trabajo mediático

La presencia de la precarización al interior de los medios de comunicación se ha agudizado gracias a diferentes aspectos entre los que Deuze (2007) destaca la globalización, las transformaciones tecnológicas y los cambios contextuales. Estos han degradado las condiciones laborales, caracterizadas actualmente por la contingencia, individualización e inseguridad, entre otros aspectos.

Con tal impacto en los trabajadores, este proceso ha sido analizado en diferentes contextos, así por ejemplo, Heredero Díaz & Reyes Sánchez (2016) dan cuenta de la manera en que las transformaciones y la crisis de la televisión pública en España han devenido en la devaluación de las condiciones laborales; mientras que Bonini & Gandini (2016) explican que en el día a día de los productores freelance de la industria radiofónica italiana es común desempeñarse en un entorno precario, pero donde abunda la pasión, en tanto, McEwan (2017) ofrece pistas sobre la explotación de los trabajadores de la radio comercial en Nueva Zelanda.

Aunado a los estudios anteriores, Bettison (2020) habla de la creatividad de los practicantes en el trabajo radiofónico en Reino Unido, permeado por la flexibilización, la precariedad y la “romantización” del empleo; por su parte, Tse & Shum (2022) analizan la manera en que los vínculos entre la tecnología, el contexto político y la *plataformización* digital en China han propiciado ciertas formas de precarización en la televisión.

A lo anterior se suma la vasta literatura enfocada en la precarización del trabajo periodístico, donde son comunes los contratos laxos, la falta de protección la carencia de derechos, la normalización de este proceso, entre otras cosas (Badran & Smets, 2021; Cohen, 2015; Ekdale et al, 2015; Edstrom & Ladendorf, 2012; Gollmitzer, 2014; Lukan & Čehovin Zajc, 2023; Márquez-Ramírez et al., 2021; Matthews & Onyemaobi, 2020; Morini et al., 2014; Örnebring, 2018; Patrick & Elks, 2015; Salamon, 2020; Soengas et al., 2014, entre otros).

Estos ejemplos muestran que se trata de un fenómeno presente en todo el mundo, con diversos matices pero que termina por afectar a una gran cantidad de trabajadores. A la par, durante años en los medios han tenido lugar diversas prácticas como “las condiciones de empleo no tradicionales” (Phillipov, 2022, p. 4), el empleo informal (Elefante & Deuze, 2012), la flexibilización del trabajo y la necesidad de regalarlo para asegurar un puesto asalariado posteriormente (De Peuter, 2011). Además, se le tiende a naturalizar (Örnebring, 2018; Phillipov, 2022) y suele alcanzar niveles mucho más profundos en el ámbito digital, donde se le vincula “con la explotación y las malas condiciones” (Hesmondhalgh, 2019, p. 111).

Como mencionan Elefante & Deuze (2012) esto implica una paradoja: mientras el consumo mediático puede ir en aumento y las audiencias se enganchan con diversos contenidos, muchas de las personas que se encargan de producir contenido viven bajo condiciones precarias. Habría que agregar que esto pocas veces se discute más allá de los límites académicos, pues a las audiencias les llegan los productos mediáticos finales, desconociendo por completo la manera en que fueron realizados o los entornos laborales en los que se llevaron a cabo.

La precarización de las condiciones laborales en los medios mexicanos

Respecto al contexto mexicano, en los últimos años las redes sociales han servido de escaparate para que quienes trabajan en medios expongan su situación. Cuentas como Terror en los medios (@MediosTerror) se han convertido en plataformas de denuncia sobre malas prácticas como despidos injustificados, explotación, violencia laboral, entre otras violaciones que ocurren tanto en el ámbito privado como en el público.

Además, las investigaciones académicas se han enfocado en otras cuestiones. Por un lado, cuando la atención se coloca sobre los medios públicos en específico, se habla de su historia (Toussaint Alcaráz, 2009), su desarrollo en determinados contextos (Larrosa-Fuentes, 2015), financiamiento (Esteinou, 2005a), transformaciones y retos (Esteinou, 2005b), rentabilidad (Esteinou, 2007), cuestiones legislativas (Esteinou, 2008; Torres Figueroa, 2021), producción de contenido (Pareja Sánchez, 2022), el consumo en el marco de la convergencia tecnológica (Dorcé Ramos, 2012), etc.

En lo que respecta a las condiciones precarizadas, el interés se ha colocado generalmente en los periodistas, con la finalidad de conocer sus condiciones laborales (por ejemplo, Blanco-Herrero et al., 2020; Márquez-Ramírez & Hughes, 2017). A nivel local se observa una robusta línea de investigación en la que, aunque no siempre sea el tema principal, la precarización del campo periodístico ha salido a relucir una y otra vez (Espino, 2016; Hernández-Julián y Vera-Zambrano, 2020; Martínez et al., 2009; Merchant-Ley, 2019; Rivera Escobedo, 2020, entre muchos otros).

Si bien todas estas investigaciones arrojan luz sobre temas de suma importancia, dejan de lado a los trabajadores de medios en un sentido amplio. Una excepción a esto es el trabajo de González & Cepeda (2021), quienes analizan la precarización de los periodistas mexicanos como una forma de violencia, pero realizan algunas generalizaciones, hablando de la “explotación del trabajador de los medios” (p. 212) y afirmando que “las condiciones poco favorables de empleo son recurrentes en los medios de todo el territorio nacional” (p. 213).

Esto permite notar que existe una laguna en cuanto a investigaciones sobre estos trabajadores y de las condiciones laborales en medios públicos. Sin embargo, hay ciertas pistas al respecto, como por ejemplo en el trabajo de Pareja Sánchez (2022), donde menciona “la precariedad en las condiciones de operación” (p. 3), especialmente ante la dependencia de recursos oficiales que pueden ser limitados (Pareja Sánchez, 2009); además, Toussaint Alcaráz (2022) reflexiona sobre cómo la digitalización en la televisión pública ha tenido consecuencias en el ámbito laboral e incluso puede llevar a la explotación.

Considerando todo lo anterior, esta propuesta busca abonar a la literatura académica sobre las condiciones laborales al interior de los medios de comunicación, pero dejando de lado la profesión del periodista para centrarse en los trabajadores en un espectro más general y lo hace por medio de una aproximación autoetnográfica.

Aproximación metodológica

Analizar la precarización al interior de los medios implica tomar en cuenta algunos factores. En primer lugar, no se trata de un espacio homogéneo, aunque este fenómeno parezca generalizado, los individuos gozan de diferentes vínculos entre ellos, ocupan posiciones diversas y existe un alto grado de desigualdad en sus condiciones (Bourdieu, 1988). En segundo lugar, los aspectos socialmente anclados que diferencian a estos individuos inciden en la manera en que experimentan y afrontan diversas problemáticas y transformaciones (Powers & Vera-Zambrano, 2019), así quienes tienen mejores puestos e ingresos pueden afrontar o ignorar la precariedad, mientras que quienes cuentan con posiciones más adversas la padecen de forma profunda.

Por otro lado, en lo que refiere a la metodología, se eligió una de corte cualitativo. Se trata de una aproximación que ha permitido con anterioridad a otros investigadores hacer trabajo de campo al interior de los medios (Lin, 2022, Marennet, 2018; Piña-De la Fuente, 2021; Rosenberg, 2017; por ejemplo) y acercarse a los trabajadores para

entrevistarlos (Bettison, 2020; Heredero Díaz & Reyes Sánchez, 2016; Hesmondhalgh & Baker, 2008; McEwan, 2017; entre otros).

Se realizó un trabajo autoetnográfico de julio a mediados de octubre de 2022 al interior de este canal de televisión pública, cuyo ingreso fue posible y natural al ser invitada para formar parte de uno de los equipos del área digital. Durante tres meses y medio se llenó un diario de campo vinculado a las experiencias de precarización vividas y de las que fui testigo, así como de otros intercambios ligados con las condiciones laborales.

En este sentido, Ellis et al. (2015) indican que la autoetnografía sirve para “describir y analizar sistemáticamente la experiencia personal con el fin de comprender la experiencia cultural” (p. 249). El autor agrega que, al usar este método, se es consciente de que “la experiencia personal influye en el proceso de investigación” (p. 251), esto quedó claro al notar toda una serie de malas prácticas laborales desde el primer día y poder entablar un discurso con mis colegas más allá del canal para conocer sus experiencias.

Por otro lado, también se realizaron seis entrevistas en profundidad, entre noviembre de 2022 y enero de 2023, con el equipo de trabajo, que incluye a la cabeza del equipo, personal de audio, video, diseño y asistentes (dos hombres y cuatro mujeres). Aunque podría cuestionarse la cantidad de entrevistados, esto se justifica debido a que los equipos son pequeños y estos trabajadores representan la totalidad de uno.

El instrumento metodológico tuvo como hilo conductor las condiciones laborales. Con esta premisa, las preguntas giraron en torno a los

siguientes ejes: prácticas laborales (día a día, malas experiencias, etc.); incidencia del trabajo en aspectos económicos y personales, y satisfacción laboral.

Por otro lado, con el fin de salvaguardar la confidencialidad de los informantes y evitar que su trabajo se vea comprometido ante lo aquí expuesto, se omite el nombre de este canal de televisión pública y también el de los entrevistados, que de ahora en adelante se identificarán solamente con la letra E y un número.

Hallazgos: experiencia de precarización en la televisión pública mexicana

Uno de los trabajadores vio una queja en Twitter sobre las condiciones laborales en el canal.

Comentó que un diseñador evidenció la gran cantidad de despidos, los contratos desfavorables y la obligación de trabajar incluso teniendo COVID-19. Al escuchar esto, nuestra superior lo minimizó diciendo: “no pasa nada”. Explicó que anteriormente hubo un caso similar, pero la orden fue ignorar la situación “para que no pasara a mayores”. Agregó que estaba mal el tema de los contratos, pero que si los jefes se enteraban quién se quejaba, seguramente sería despedido.

Nota del diario de campo del 5 de septiembre de 2022.

Como con cualquier trabajo, al entrar las expectativas eran altas y también la emoción por formar parte de un medio con larga trayectoria, gran fama y cuyos

productos comunicacionales han sido ampliamente reconocidos. Sin embargo, desde las primeras horas noté acciones que me hicieron cuestionar mi estada ahí y también la clara existencia de procesos de precarización en diferente escala.

Al entrar a trabajar se firma un contrato donde se establece que los empleados están disponibles 24/7 para el medio, aunque se labore bajo un esquema freelance. Ya como parte del equipo se afrontan diferentes cuestiones: horarios que pueden prolongarse más de 12 horas, contar solamente con servicio médico (sin medicinas) y de comedor a bajo costo, pero sin alguna otra prestación, tener que pelear (simbólicamente) con otros equipos para usar herramientas que están en pésimas condiciones por años de uso y sufrir malos tratos (regaños sin razón alguna, amenazas, etc.) y todo ante una exigencia cada vez mayor por realizar productos de calidad en tiempo récord.

Los hallazgos del trabajo autoetnográfico y de las entrevistas realizadas se fundamentan en la naturalización de la precariedad, la experimentación de condiciones cada vez más degradadas y una desigual manera de afrontar este proceso.

Naturalizar la precarización. “Sabes que en todos los medios es así”: E3

La precarización se materializa de múltiples maneras e incluye condiciones en las que el trabajador se ve cada vez más indefenso (Bel, 1992). Además, esta fragilización se tiende a envolver con cuestiones como la vocación (Hernández-Julián y Vera-Zambrano, 2020), por lo que parece algo natural

(Örnebring, 2018) al trabajar en los medios, de tal manera que los malos tratos e incluso la falta de respeto a los derechos elementales se promueven bajo un esquema vertical.

La precarización también se nutre de aspectos como el “amiguismo” y nepotismo en el canal, que permiten a algunas personas ocupar puestos de poder, aunque carezcan de preparación, o mantenerse en una zona de confort privilegiada desde la que promueven las malas condiciones en un sentido descendente o pueden ignorar las problemáticas, como menciona el E3:

Actualmente mi jefe tiene veintitantos años (...) ¿En qué afecta? En la toma de decisiones, en cómo ven al equipo y cómo lo tratan, porque mientras uno está precarizado o tiene pendientes de salud, de renta, económicos, familiares, a ellos no les importa porque tienen cubierto todo eso.

Además, los mandos medios y altos suelen hacer exigencias de cualquier índole al personal. Así, por ejemplo, uno de los puntos más álgidos en esta normalización se suscitó durante la grabación de un programa piloto. Aunque se preguntó previamente sobre la hora de comida, al salir a campo se ignoró por completo la petición, obligando a dos trabajadores a ingerir alimentos fríos para ser grabados y dejándome a mí sin comer.

Desde mi posición profesional y social (Bourdieu, 1988), ubicándome en un punto intermedio entre ignorar la precarización o resistirla (Powers & Vera-Zambrano, 2019), reclamé el poder

ingerir algo. Esto no fue bien visto por la productora, quien afirmó que “a veces hay que aguantarse”, como ella que puede pasar horas sin probar bocado hasta llegar al borde del desmayo, siendo secundada por un realizador. Finalmente, se me permitió ir a comer, pero siendo obligada a regresar caminando al canal.

Tiempo después, al dialogar con E2 y preguntarle sobre su peor experiencia en materia laboral, trajo a colación este episodio y refirió que:

Lo peor fue ver un diálogo tenso donde alguien exigía sus derechos y otra persona diciendo “es que a veces es así”. Que normalizara que te traten peor que basura, porque eso es inhumano. Ya no estamos hablando ni siquiera de derechos laborales, estamos hablando de derechos humanos.

Por otro lado, la naturalización de las condiciones precarias tiene diversas consecuencias negativas, que rozan puntos económicos, emocionales y físicos. Por ejemplo, las malas condiciones han llevado a que se sufran problemas estomacales (E4), ansiedad (E6) e incluso una infección generalizada de vías urinarias entre las mujeres del equipo por no poder ir al baño en mucho tiempo.

Como puede verse, las cuestiones precarias tienen diversas manifestaciones al interior del medio. Por ejemplo, en algunos puntos han alcanzado tal nivel de degradación que los trabajadores apenas llegan a fin de mes o necesitan del apoyo de su familia para subsistir.

Degradación general de las condiciones. “Sin ayuda no podría sobrevivir”: E1

Además de las problemáticas expuestas en la introducción al apartado de resultados, algo que llamó mi atención durante la estadía en el medio es que todos mis compañeros –al igual que yo– dependieran en gran medida de la ayuda de sus padres. Asocié esto a la degradación cada vez mayor de nuestras condiciones laborales, pues no queda tiempo para muchas cosas (por ejemplo, hacer de comer y algunas madres colaboran cocinando) y los salarios bajos ante un contexto cada vez más encarecido. Estos aspectos se complican profundamente cuando las largas jornadas impiden tener otra fuente de ingresos y también si se cuenta con dependientes económicos.

También sobresale el hecho de que, hasta hace algunos años, los estudios universitarios y la profesionalización parecían garantizar al menos salarios más dignos. Pero esto queda relegado en la actualidad y sin importar la carrera de los entrevistados (todos con estudios universitarios), el alcanzar mejores condiciones parece poco probable, lo que conlleva a que en muchas ocasiones reciban ayuda económica de sus padres.

La casa donde vivo es de mi padre, tiene una tienda de abarrotes, le pago una renta significativa (...) Cuando estuve desempleado y, antes de entrar al canal, la mayoría fue financiado por mi padre y sigo teniendo una deuda con él de 6-7 mil pesos (E5).

Los trabajadores afirmaron que les resultaría “prácticamente imposible” mantenerse solos en la actualidad o poder costearse rentas, motivo por el cual la mayoría se niega a salir de casa o, aunque lo haga, recibe apoyo de su familia para pagar su estadía en otro lugar.

Mi mamá y mi tía me apoyan (...) Si ellas no pudieran solventarse su vida, pues yo tendría que correr con todos los gastos que jamás (haciendo hincapié) en la vida me alcanzaría. O sea, tendría que tener tres trabajos, no dos, ¡tres! (E1).

A pesar de estas cuestiones, para algunos de los entrevistados enfrentar la precarización parece un poco más tolerable. Esto es resultado de vincular este proceso con la pasión que sienten y también porque sus condiciones son un tanto mejores.

La precarización como parte de la pasión. “Me gusta lo que hago”: E4

Si bien todos los entrevistados se mostraron inconformes con algo de su trabajo (bajos salarios, horarios, laborar en fin de semana, hacer el trabajo de otros, etc.), las personas con los puestos más altos del equipo y con mejores ingresos destacaron más lo que sí les gusta y las bondades de lo que hacen. Es decir, afirmaron sentirse bastante satisfechas con su trabajo, a pesar de las vicisitudes. Por un lado, la E4 mencionó:

Me gusta mi trabajo porque creo que día a día sigo aprendiendo muchas cosas que no sabía (...) Literal a la hora que graban es mi momento favorito y justo cuando grabamos es cuando digo: “Ay, sí me gusta mi trabajo”.

Para esta persona entrevistada lo peor de su puesto era cuando debían trabajar en fin de semana, una situación que incluso se marca como obligatoria en el contrato. Sin embargo, sus labores le permitían contar con tiempo libre, hacer otras cosas, tener automóvil y percibir el segundo mayor salario del equipo.

En tanto, para la E6 lo que menos disfruta de su puesto es el papeleo y, aunque jamás en sus casi 10 años de formar parte del canal ha tenido prestaciones, cree que esto no es impedimento para disfrutar lo que hace. En especial considerando que ha tejido redes de contactos, tiene tiempo para hacer otras actividades y flexibilidad de horario al entrar, así como para extender su tiempo de comida.

Me apasiona mucho lo que hago, me gusta mucho y desde siempre me ha gustado mucho mi trabajo. Creo que pocas veces me he quejado o de que no tengo prestaciones o de que a lo mejor no percibo lo que muchos perciben, pero me gusta, creo que me gusta mucho lo que hago (E6).

Estas dos entrevistadas se mostraron bastante entusiastas sobre su labor; sin embargo, son conscientes de que la situación laboral no es la mejor

en el canal. Pese a esto, sus condiciones de posibilidad (Bourdieu, 1988) distan del resto del equipo que visualiza a sus puestos como una obligación que deben cumplir para solventar sus necesidades, mostrándose estresados ante los malos tratos y agotados.

Agotados y enojados. “Llego a mi casa y sólo quiero dormir”: E3

Los entrevistados con condiciones más frágiles manifestaron una mayor insatisfacción laboral, ligada profundamente con la precariedad. Aunque vean algunos aspectos positivos en su trabajo, se expresan mayormente en contra de sus pauperizadas condiciones, están molestos por ello, bastante estresados y agotados física y emocionalmente, lo que implica que no tengan tiempo para otras cosas, el poco libre que les queda lo gastan en sus trayectos en transporte público o sólo desean dormir, como menciona E2: “La verdad es que hay veces que ya no puedo hacer nada más en mi día a día. O sea, ya no me da tiempo ni siquiera”.

Aunque la precarización laboral inicia propiamente en su entorno de trabajo, donde incluso los momentos de relajación se ven afectados, también se extiende a la vida privada, afectando hasta a la familia (McKee et al., 2017; Myoung-Hee et al., 2008). Al respecto, se presentan los comentarios de la E1 y el E5:

El estrés se contagia. Ese estrés que genera nuestra superior se lo genera a todo el equipo (...) Cuando uno quiere comer y te

empiezan a bombardear de cosas y pienso que eso es tan grosero porque dices: “Oye, está bien, porque cuando urgen las cosas entiendo que urjan” (...) pero tengo derecho a mis sagrados alimentos” y ya ni comes a gusto porque te está pide y pide cosas y si no le contestas se enoja (E1).

Si me falta algo que sí tengo que entregar, por ejemplo, fin de semana, ahí sí ya dejo de estar un tiempo con mis hijos por estar trabajando. De repente, pues ya en la noche, cuando yo me quiero sentar a ver algo con ellos, ellos ya se van (risas). Hay repercusiones en la familia por el horario de trabajo (E5).

Algunos de los entrevistados que más resienten la precarización pasaron periodos largos sin empleo, por lo que piensan es su deber aguantar para no perder lo que tienen. Todo sin gozar de prestaciones y bajo un esquema contractual desfavorable, pero con las exigencias propias de alguien con contrato de tiempo completo, aspecto que la E2 sintetiza de la siguiente manera: “tenemos todas las obligaciones de un trabajador, pero ningún derecho”.

Comentarios finales

Con el objetivo de analizar la manera en que los trabajadores mediáticos experimentan la precarización dentro de un canal de televisión

pública en la Ciudad de México, esta investigación partió del uso de la autoetnografía y la entrevista en profundidad para adentrarse en dicho medio y conocer las experiencias ligadas a lo laboral. Bajo los antecedentes ubicados en la literatura, se confirmó que las condiciones precarias son parte de la cotidianidad, pero suelen relegarse al considerarlas como algo inherente a este tipo de empleos; además, si dentro del propio contexto mediático son ignoradas, en el ámbito académico tampoco cuentan con amplios espacios, a diferencia de otros estudios centrados específicamente en el periodismo.

Esta experiencia autoetnográfica muestra algunas de las características de la precarización que afrontan los trabajadores de medios. En concordancia con algunos autores mencionados (Bel, 1992; Braverman, 1974; Deuze, 2007; Wilson & Ebert, 2013, por ejemplo), este fenómeno se manifiesta de múltiples maneras: con la falta de prestaciones, con modelos contractuales desfavorables, bajos salarios e incluso con la violación de derechos elementales y demás aspectos que llevan a una feroz degradación de las condiciones laborales, donde es común hallarse en un entorno vulnerable e inseguro que puede provocar agotamiento, enojo e insatisfacción.

En este sentido, los hallazgos indican que estas condiciones pueden naturalizarse entre diversos trabajadores mediáticos. Tal como menciona Örnebring (2018), este aspecto puede ligarse con “la meritocracia”, aunque en realidad esto se desdibuja ante el nepotismo y amiguismo que salieron a relucir durante la investigación. El autor también vincula este aspecto con los valores, pero si retomamos los ejemplos proporcionados, pareciera que aquellos que

“aguantan más” tienen más valía que quienes incluso reclaman derechos básicos; sin embargo, aunque las condiciones precarias se normalicen, no dejan de afectar de una u otra manera a quienes laboran en el canal.

En los hallazgos también se mencionó la degradación de las condiciones de los trabajadores mediáticos, donde incluso destacan la necesidad de contar con el apoyo moral y económico de su familia para poder solventar sus gastos. Y es que, como mencionan González & Cepeda (2021), la precariedad laboral también va de la mano con la carencia de derechos y la gran presencia de bajos salarios, esto se traduce –al menos en esta investigación– en diversas carencias que no sólo permean lo económico, también el aspecto anímico al sentirse en constante incertidumbre ante la posibilidad de perder un ingreso que, aunque pequeño, puede representar el sustento familiar.

Aunque en otras investigaciones (enfocadas al periodismo) pareciera que la fragilización se profundiza más en el ámbito digital, los hallazgos no muestran una incidencia de este aspecto. Lo que sí influye es la desigualdad entre elementos del equipo de trabajo y superiores, en cuanto a ingresos económicos y redes sociales (contactos, amistades) con las que cuentan, de tal forma que quienes tienen mejores condiciones experimentan la precarización de una manera menos profunda, la disfrazan con la pasión o pueden ignorarla, tal como mostraron en su investigación Powers & Vera-Zambrano (2019).

En tanto, aquellos con entornos poco favorables *per se*, tienden a agudizar más este proceso ante un panorama que parece no mejorar,

pues están conscientes que estas circunstancias son el pan de cada día en los medios de comunicación mexicanos. Además, temen volver al campo del desempleo y por ello resisten (Powers & Vera-Zambrano, 2019), incluso hasta malos tratos.

El proceso de precarización es común al interior de este canal de televisión pública, pero la literatura académica previa muestra que está presente en todo el mundo, sin importar el tipo de medio. Esto debería ser suficiente para preocupar a cualquiera sobre las condiciones laborales que se fragilizan constantemente y que llevan incluso a continuar con una dependencia familiar sin importar la profesión, ya que ésta no garantiza el llegar a fin de mes.

Como se ha indicado en repetidas ocasiones, se trata de una primera aproximación sobre las experiencias de los trabajadores mediáticos en torno a la precarización. Pese a ello, muestra un poco del panorama mediático en México, donde los medios públicos han destacado por su gran contenido, sin que eso exima a sus trabajadores de padecer situaciones complejas que no suelen cobrar relevancia más allá de las pláticas internas, pues están tan enraizadas y normalizadas que ponerlas bajo escrutinio no es bien visto.

Analizar la precarización a partir de la autoetnografía permitió una visión más amplia de la situación a la que se enfrentan los trabajadores de medios diariamente, además de experimentar en carne propia las vejaciones a las que están sujetos y originó un diálogo con ellos. En un proceso de reflexión, también lleva a indicar que este tipo de análisis es de suma importancia para dar cuenta de los entornos de trabajo, aspectos sociales y para

debatir acerca de cómo las condiciones precarias rebasan la línea de lo laboral y llegan al ámbito de la vida privada.

Estudios sobre recepción hay muchos, así como de contenidos mediáticos en el área de las Ciencias Sociales y en el campo de la Comunicación, pero también es necesario adentrarnos en la manera

en que se trabaja dentro de los medios. Ahí reside la aportación de este trabajo, que muestra algunas pistas e invita a futuras investigaciones a tener aproximaciones con los distintos medios y sus trabajadores, que se encargan de producir contenido para nuestro deleite diario, pero que en ocasiones lo hacen bajo prácticas que rayan en la explotación.

Referencias bibliográficas

- Badran, Y., & Smets, K. (2021). Anatomy of a precarious newsroom: Precarity and agency in Syrian exiled journalism in Turkey. *Media, Culture & Society*, 43(8), 1377-1394. <https://doi.org/10.1177/01634437211011556>
- Becerra, M., & Waisbord, S. (2015). *Principios y “buenas prácticas” para los medios públicos en América Latina*. UNESCO. <https://bit.ly/45TGyAo>
- Bel, C. (1992). Flexibilización del mercado de trabajo y precarización del empleo: la contratación temporal; aspectos teóricos, legales e históricos. *Investigaciones Geográficas*, (10), 181-196. <https://doi.org/10.14198/INGEO1992.10.01>
- Bettison, E. (2020). *The Creation of creativity in radio: How does radio as an industry define, practice and negotiate creativity?* [Doctoral thesis, Birmingham City University]. BCU Open Access Repository. <https://bit.ly/4646XVM>
- Blanco-Herrero, D., Oller Alonso, M., & Arcila Calderón, C. (2020). Las condiciones laborales de los periodistas iberoamericanos. Diferencias temporales y geográficas en Brasil, México, Chile, España y Portugal. *Comunicación y Sociedad*, (17), 1-39. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7636>
- Bonini, T., & Gandini, A. (2016). Invisible, solidary, unbranded and passionate: everyday life as a freelance and precarious worker in four Italian radio stations. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 10(2), 84–100. <https://doi.org/10.13169/workorglaboglob.10.2.0084>
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Bourdieu, P. (1997). *Contre-feux*. Raisons d’agir.
- Braverman, H. (1974). *Labour and monopoly capital. The degradation of work in the Twentieth Century*. Monthly Review Press. <https://bit.ly/3MoWCwQ>
- Bravo, J. (2023, October 6). Medios públicos en el presupuesto 2024 y el plan Villamil. *El Economista*. <https://bit.ly/3FHXLf0>

- Bresson, M. (2011). La précarité: une catégorie d'analyse pertinente des enjeux de la norme d'emploi et des situations sociales «d'entre-deux». *Sociologies*. <https://doi.org/10.4000/sociologies.3421>
- Cohen, N. S. (2015). Entrepreneurial journalism and the precarious state of media work. *South Atlantic Quarterly*, 114(3), 513-533. <https://doi.org/10.1215/00382876-3130723>
- De Peuter, G. (2011). Creative economy and labor precarity: A contested convergence. *Journal of Communication Inquiry*, 35(4), 417-425. <https://doi.org/10.1177/0196859911416362>
- Deuze, M. (2007). *Media Work. Digital Media and Society Series*. Polity Press.
- Dorcé Ramos, A. (2012). Televidentes e internautas de la televisión pública en México. Una aproximación desde la convergencia intermedial. *Derecho a Comunicar*, 5, 64-91. <https://bit.ly/47BaYCV>
- Edstrom, M., & Ladendorf, M. (2012). Freelance journalists as a flexible workforce in media industries. *Journalism Practice*, 6(5-6), 711-721. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667275>
- Ekdale, B., Tully, M., Harmsen, S., & Singer, J. B. (2015). Newswork within a culture of job insecurity. *Journalism Practice*, 9(3), 383-398. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.963376>
- Elefante, P. H., & Deuze, M. (2012). Media work, career management, and professional identity: Living labour precarity. *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook*, 10(1), 9-24. https://doi.org/10.1386/nl.10.1.9_1
- Ellis, C., Adams, T. E., & Bochner, A. P. (2015). Autoetnografía: un panorama. *Astrolabio*, (14), 249-273. <https://doi.org/10.55441/1668.7515.n14.11626>
- Espino, G. (2016). Periodistas precarios en el interior de la república mexicana: atrapados entre las fuerzas del mercado y las presiones de los gobiernos estatales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 61(228), 91-120. <https://bit.ly/40q0Qd5>
- Esteinou, J. (2005a). En defensa del financiamiento de los medios públicos de comunicación. *Global Media Journal México*, 2(4), 110-122. https://gmjmexico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/124
- Esteinou, J. (2005b). Los retos de los medios públicos en México. In B. Solís (Coord.). *Democracia y medios públicos* (pp. 45-94). La red. <https://bit.ly/46XBLsC>
- Esteinou, J. (2007). La rentabilidad de los medios públicos. *Revista Telemundo. Primera Revista Especializada en Cine, Video y Televisión*, 94. <https://bit.ly/40mNWNc>
- Esteinou, J. (2008). El financiamiento de los medios públicos como razón de estado en México. *Razón y Palabra*, 13(63). <https://bit.ly/3tWvdfb>
- Esteinou, J. (2023). Medios de comunicación de servicio público en México: aparatos ideológicos de la 4-T. *El Cotidiano*, (239), 85-99. <https://bit.ly/3Mr5j9C>
- Gobierno de México (2015, March 1). 56 Aniversario de Canal Once. *Blog Presidencia de la República EPN*. <http://bit.ly/40q6yfg>

- Gollmitzer, M. (2014). Precariously employed watchdogs? *Journalism Practice*, 8(6), 826-841. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.882061>
- González, R., & Cepeda, D. (2021). Trabajar por amor al arte: precariedad laboral como forma de violencia contra los periodistas en México. *Global Media Journal México*, 18(34), 209–228. <https://doi.org/10.29105/gmjmx18.34-10>
- Hardt, M., & Negri, A. (2009). *Commonwealth*. Harvard University Press.
- Herederó Díaz, O., & Reyes Sánchez, F. J. (2016). Los efectos profesionales de la crisis de la televisión pública española: el creador audiovisual low cost y las nuevas tecnologías. *AdComunica*, 95-118. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2016.11.7>
- Hernández-Julián, A.L & Vera-Zambrano, S. (2020). Incidencia de la posición en el espacio social sobre la vocación periodística en la Ciudad de México. En: *Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC)*, 61-70. <https://doi.org/10.3145/AE-IC-epi.2020.e05>
- Hesmondhalgh D. (2019). Have digital communication technologies democratized the media industries? In J. Curran & D. Hesmondhalgh (Eds.), *Media and Society* (pp. 101-120). Bloomsbury. <https://bit.ly/3St4AIU>
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2008). Creative work and emotional labour in the television industry. *Theory, Culture & Society*, 25(7–8), 97–118. <https://doi.org/10.1177/0263276408097798>
- Jiménez-Bandala, C. A., & Contreras Álvarez, A. (2019). De la precarización a la degradación humana. Las condiciones de trabajo en empresas proveedoras de la industria automotriz. *Revista de El Colegio de San Luis*, 9(19), 409-430. <https://bit.ly/3Su5FjC>
- Kalleberg, A. L. (2009). Precarious work, insecure workers: Employment relations in transition. *American Sociological Review*, 74(1), 1–22. <https://doi.org/10.1177/000312240907400101>
- Larrosa-Fuentes, J. (2015). Crítica al sistema legal de radiodifusión y telecomunicaciones desde una perspectiva local. In M. Paláu Cardona (Coord.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2014* (pp. 101-122). ITESO. <https://bit.ly/3FOTJ4u>
- Lin, L. (2022). *Convergent Chinese television industries: An ethnography of Chinese production cultures*. Palgrave Macmillan. <https://bit.ly/3FOdRUv>
- Lukan, T., & Čehovin Zajc, J. (2023). “If you don’t agree to be available 24/7, then you have nothing to do in journalism”: the boundary work tactics of precarious journalists. *Community, Work & Family*, 26(4), 411-427. <https://doi.org/10.1080/13668803.2022.2050356>
- Marenet, J. (2018). *Newswork In Transition: An Ethnography of Netwerk24* [Doctoral thesis, Stellenbosch University]. <http://hdl.handle.net/10019.1/104837>
- Márquez-Ramírez, M., Amado, A. & Waisbord, S. (2021). Labor Precarity and Gig Journalism in Latin America. In K. Chadha & L. Steiner (Eds.). *Newsroom and precarity* (pp. 137-150). Routledge. <https://bit.ly/49jbdDL>

- Márquez-Ramírez, M., & Hughes, S. (2017). Panorama de los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México: Reporte de investigación. *Global Media Journal México*, 14(26), 91-152. <https://doi.org/10.29105/gmjmx14.26-5>
- Martínez, S., Matus, J., & Villar, H. (2009). La condición laboral del periodista en Chiapas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), 444-460. <https://doi.org/10.4185/10.4185/RLCS-64-2009-836-444-460>
- Matthews, J., & Onyemaobi, K. (2020). Precarious professionalism: Journalism and the fragility of professional practice in the Global South. *Journalism Studies*, 21(13), 1836-1851. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1797524>
- McEwan, R. (2017). Renegotiating radio work in the era of media convergence: Uncertainty, individualisation and the centrality of brands. *The Political Economy of Communication*, 5(2), 45–66. <https://bit.ly/3Ms2mFY>
- McKee, M., Reeves, A., Clair, A., & Stuckler, D. (2017). Living on the edge: precariousness and why it matters for health. *Arch Public Health*, 75(13). <https://doi.org/10.1186/s13690-017-0183-y>
- Merchant-Ley, D. (2019). «Cuando reportear te expones»: la precarización de la labor periodística en Baja California. *Carta Económica Regional*, (123), 99-119. <https://doi.org/10.32870/cer.v0i123.7633>
- Morales, A., & Zavala, M. (2019, June 26). Se revisará el recorte en el IMER, pero debe ajustarse a austeridad: AMLO. *El Universal*. <https://bit.ly/3tZSaOB>
- Morini, C., Carls, K., & Armano, E. (2014). Precarious passion or passionate precariousness? Narratives from co-research in journalism and editing. *Recherches sociologiques et anthropologiques*, 45(2), 61-83. <https://doi.org/10.4000/rsa.1264>
- Myoung-Hee, K., Chang-yup, K., Park, J-K., & Kawachi, I. (2008). Is precarious employment damaging to self-rated health? Results of propensity score matching methods, using longitudinal data in South Korea. *Social Science & Medicine*, 67(12), 1982-1994. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2008.09.051>
- Örnebring, H. (2018). Journalists thinking about precarity: Making sense of the “new normal”. *#ISOJ Journal*, 8(1), 109-127. <https://bit.ly/3QQbRS8>
- Pareja Sánchez, N. (2009). Entretenimiento de calidad y una dieta balanceada, claves del modelo de televisión de servicio público en México: El caso de Canal Once. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 51(206), 119-136. <https://bit.ly/3s953FG>
- Pareja Sánchez, N. (2022). Ficción audiovisual serializada y democracia: Un estudio en la televisión pública en México. *Global Media Journal México*, 18(35), 1–31. <https://doi.org/10.29105/gmjmx18.35-1>
- Patrick, H., & Elks, K. (2015). From Battery Hens to Chicken Feed: The Perceived Precarity and Identity of Australian Journalists. *Asia Pacific Journal of Arts and Cultural Management*, 48(12), 48-66. <https://bit.ly/3tXyHOG>


- Phillipov, M. (2022). Work placements in the media and creative industries: Discourses of transformation and critique in an era of precarity. *Arts and Humanities in Higher Education*, 21(1), 3-20. <https://doi.org/10.1177/14740222211021337>
- Piña-De la Fuente, J. R. (2021). Episodios de reportero por la sensibilización de una redacción enfoque: autoetnografía. In J. Hidalgo et al. (Eds.). *Transformaciones mediáticas y comunicacionales en la era posdigital* (pp. 217-47). RIA Editorial. <https://bit.ly/3QJ9noo>
- Powers, M., & Vera-Zambrano, S. (2019). Endure, invest, ignore: How French and American journalists react to economic constraints and technological transformations. *Journal of Communication*, 69(3), 320–343. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz015>
- Rivera Escobedo, A. (2020). “Ahora somos prácticamente esclavos”. *Precariedad laboral del periodismo en México* [Master’s thesis, Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C. (CIDE)]. Repositorio institucional. <https://bit.ly/3MsD2ja>
- Rosenberg, L. (2017). Etnografía del trabajo periodístico. Apuntes sobre la inserción del investigador en la sala de redacción de un diario argentino. *Comunicación y Sociedad*, (28), 87-109. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i28.5038>
- Salamon, E. (2020). Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism. *New Media & Society*, 22(1) 105-122. <https://doi.org/10.1177/1461444819861958>
- Soengas X., Rodríguez Vázquez, A. I., & Abuín Vences, N. (2014). La situación profesional de los periodistas españoles: las repercusiones de la crisis en los medios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 104-124. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1003>
- Torres Figueroa, O. (2021). La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014 en México: ¿qué se logró en materia de medios públicos? *Revista Panamericana de Comunicación*, 3(2), 43-51. <https://bit.ly/3FKm1NG>
- Toussaint Alcaráz, F. (2009). Historia y políticas de televisión pública en México. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 51(206), 105-118. <https://bit.ly/3SIDJ1u>
- Toussaint Alcaráz, F. (2022). Paso a la esfera digital. Televisión pública y social en México. *Revista Latinoamericana Estudios de la Paz y el Conflicto*, 3(6), 18–30. <https://doi.org/10.5377/rlpc.v3i6.13809>
- Tse, T., & Shum, H. H-K. (2022). Platforms, politics and precarity: Hong Kong television workers amid the new techno-nationalist media agenda. *European Journal of Cultural Studies*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/13675494221105534>
- Wilson, S., & Ebert, N. (2013). Precarious work: Economic, sociological and political perspectives. *The Economic and Labour Relations Review*, 24(3) 263–278. <https://doi.org/10.1177/1035304613500434>

LA TECNOPOLÍTICA COMO TRADICIÓN TEÓRICA Y METODOLÓGICA IBEROAMERICANA PARA EL ESTUDIO DE LAS PROTESTAS SOCIODIGITALES

TECHNOPOLITICS AS AN IBERO-AMERICAN THEORETICAL AND METHODOLOGICAL TRADITION FOR THE STUDY OF SOCIODIGITAL PROTESTS

César Augusto Rodríguez Cano

Universidad Autónoma Metropolitana, México

 <https://orcid.org/0000-0002-5167-8888>

Autor para correspondencia: César Augusto Rodríguez Cano, email: cesararcano@gmail.com

Resumen

La tecnopolítica se ha convertido en una tradición teórica y metodológica iberoamericana para el estudio de las protestas sociodigitales. Tal es el planteamiento que se desarrolla en este artículo mediante la revisión epistemológica y el análisis crítico de las discusiones y aportes teóricos, metodológicos y los principales desafíos que ha enfrentado esta corriente de pensamiento desde su origen, en el contexto del movimiento de los Indignados en España en 2011. Su consolidación se explica, en parte, por la diversificación en los estudios de caso y repertorios conceptuales que la han complementado cada vez más sólidamente, sobre todo en América Latina.

Palabras clave: Tecnopolítica, movimientos sociales, métodos digitales, redes sociales, activismo digital.

Abstract

Technopolitics has become an Ibero-American theoretical and methodological tradition for the study of socio-digital protests. Such is the approach that is developed in this text through an epistemological review and a critical analysis on the discussions and theoretical and methodological contributions, as well as the main challenges that this school of thought has faced since its birth in the context of the Indignados movement in Spain in 2011. Its consolidation is explained, in part, by the diversification in the case studies and conceptual repertoires that have complemented it more and more solidly, especially in Latin America.

Keywords: Technopolitics, social movements, digital methods, social media, connective action.

Recibido: 24/09/2023

Aceptado: 22/12/2023

Introducción

Similar a lo que ocurrió con el movimiento Ocupa Wall Street y la Primavera Árabe en sus respectivas geografías, la irrupción del movimiento de los Indignados en España en 2011, también conocido como #15M, significó un cambio de época en múltiples dimensiones en el mundo hispanohablante. En términos teóricos, el análisis de dichas movilizaciones gestó un complemento a la sociología de los movimientos sociales a partir de abordajes críticos dirigidos a los repertorios de acción social entrelazados con las tecnologías digitales. Mientras en el mundo anglosajón cobró notoriedad el término *lógica de la acción conectiva* (Bennett & Segerberg, 2012; 2013), en España comenzó a propagarse la noción de *tecnopolítica* (Alcazan et al., 2012; Gutiérrez-Rubí, 2014; Sampedro & Haro, 2011; Serrano et al., 2014; Toret, 2013, 2015).

Muchos fueron los debates que desataron esperanzas depositadas en plataformas de redes sociales comerciales para la transformación de contextos histórico-políticos complejos, al grado de ubicar a los precursores de estos movimientos como una generación de ciberooptimistas que establecían relaciones de causalidad entre la llegada de la socialidad en línea y un horizonte democratizador y anticapitalista. A poco más de una década, no sólo es imposible sostener que el mundo sea políticamente más democrático o económicamente más equitativo, sino que las derivas del ecosistema sociodigital en

Internet han presentado cada vez más desafíos para la convivencia, entre los que destacan la proliferación de lógicas datamercantiles, discursos de odio, tendencias artificiales y hábitats de desinformación (Rodríguez Cano, 2021).

Sin embargo, contrario a lo que podría pensarse, la noción de tecnopolítica no sólo continuó utilizándose, sino que se ha consolidado como un marco de comprensión para las protestas sociales mediadas por plataformas de Internet, principalmente en Iberoamérica. A continuación, derivado de la revisión de literatura para indagar el estado actual de los estudios sobre tecnopolítica, se señalan cuatro elementos que nos ayudan a comprender este suceso.

En primer lugar, como se estableció desde los planteamientos iniciales, la mirada tecnopolítica se diferenciaba de nociones acotadas al mundo en línea como el activismo digital o el ciberactivismo. Al estar entrelazada con ciudadanos, activistas y organizaciones con claros roles en el espacio social más allá de las redes, había que observar en detalle la complejidad de las manifestaciones –que ocurrían regularmente en las calles– visibilizadas en línea y en las coberturas periodísticas. Es decir, no se trataba sólo del espacio digital, sino también del urbano y el mediático: las redes, las calles y los medios, como se acostumbró a señalar por aquella época. De ahí que esta perspectiva se solidificara en su relación con conceptos clave en el pensamiento político contemporáneo, como conflicto (Simmel, 2013), antagonismo (Laclau & Mouffe, 1987) o desacuerdo (Ranciere, 1996), y con otros abordajes como movimientos sociales, ciudadanía digital o espacio

público, mediante las cuales se fortaleció un punto de partida que entendía las plataformas como un componente más para visibilizar la conflictividad social en una era post-Snowden (Candón-Mena & Montero-Sánchez, 2021).

En segundo lugar, principalmente en Latinoamérica, las expresiones agonísticas continuaron sustancialmente pese a ecosistemas mediáticos hiperconcentrados y aprovecharon las oportunidades de las redes –significativamente, el vórtice hipertextual del hashtag en la plataforma antes conocida como Twitter– para organizarse, manifestarse y reconocerse. En México, por ejemplo, el movimiento #YoSoy132 de 2012 marcó un parteaguas similar al 15M español, y de ahí se formó un oleaje sucesivo de inconformidades sociales relacionadas con desaparecidos, migrantes, feminicidios, entre otros malestares que claramente “no surgen de la nada ni aparecen como rayos sobre cielo sereno” (Valenzuela Arce, 2015, p. 56), sino que están principalmente impulsados por jóvenes en contextos precarios que, como señala García Canclini (2017), atraviesan una permanente experiencia de sentirse prescindibles. En los imaginarios de la agenda social en nuestro país, podemos recordar movimientos tendencia como #YaMeCansé, en el contexto de la desaparición de estudiantes de la Escuela Normal Rural de Ayotzinapa en 2014; #CaravanaMigrante en relación con las oleadas de personas principalmente centroamericanas que recorrieron con gran riesgo el territorio mexicano para llegar a Estados Unidos en la era de Donald Trump y de la institucionalización de la xenofobia y el racismo; y el

#NoMeCuidanMeViolan que, en eco con expresiones surgidas en Latinoamérica, acentuó la indignación feminista en el contexto mexicano.

En tercer lugar, las discusiones y críticas a la noción de tecnopolítica asociada a las ciberutopías (Meneses, 2015), paradójicamente, terminaron por situarla al encauzar una diversificación de campos de investigación y aplicación. Muestra de ello es la forma en que el grupo barcelonés denominado Red de investigación y ateneo tecnopolítico, persistió en el estudio y seguimiento de los movimientos red, pero acompañado de otras dos áreas: la democracia en red y la autonomía tecnopolítica. La primera, relacionada con observatorios de datos y plataformas participativas en la gestión de gobierno y la administración pública; mientras que la segunda, con el desarrollo de propuestas teóricas y aplicadas para la reconstrucción democrática con base en redefiniciones de la interrelación entre tecnología, política y sociedad (tecnopolítica.net, 2023).

En cuarto lugar, la penetración de dispositivos y plataformas se volvió más evidente con el paso del tiempo. Si bien se comprendió que la brecha digital siempre será un actor social clave en América Latina, con el permanente lanzamiento de actualizaciones y tecnologías por parte de la maquinaria corporativa de los mercaderes digitales –ahora con la llamada era de la inteligencia artificial–, a la par cada vez mayor porcentaje de la población tuvo acceso a plataformas y aplicaciones de conversación pública comerciales. En México en 2022, Facebook tenía un total de 92.9% de usuarios entre 16 y 64 años, en un país de poco más de 130 millones de habitantes; seguido de Whatsapp

(92.2%), Facebook Messenger (80.3%), Instagram (79.4%), TikTok (73.6%) y Twitter, que llegó a 53.7% en ese mismo contexto (Statista, 2023).

Aportes teóricos

No se puede hablar de tecnopolítica, sin retomar otra disciplina clásica de la investigación latinoamericana de la protesta social en el ámbito mediático: la comunicación alternativa. El entrelazamiento entre ambos enfoques sitúa a los medios en la configuración de la acción social: los medios alternativos y las radios comunitarias, por un lado; los espacios digitales y la masividad de usuarios en las plataformas de redes sociales, por el otro.

En este orden de ideas, cabe recordar la diferencia entre tecnopolítica entendida en relación con un contexto de transferencia tecnológica e innovación científica, y tecnopolítica respecto a la discusión de los asuntos de interés público (Treré & Barranquero, 2017). Esto es importante porque esta segunda acepción, que es la considerada en este artículo, no sólo se construyó en relación con un contexto geográfico específico, sino con un momento histórico tecnológico asociado a movilizaciones sociales, del cual emergió como novedad la interrelación de tres elementos: plataformas digitales, multitudes conectadas y acción conectiva. Desde este punto de vista, las redes de blogs y medios independientes en línea que cobijaron el movimiento zapatista surgido en 1994 en la selva chiapaneca se puede considerar teóricamente el primer gran

movimiento tecnopolítico, tal como se anticipaba semánticamente al denominar al EZLN un tejido electrónico de conflicto (Cleaver, 1998) o la primer guerrilla informacional (Castells, 1998).

En el desarrollo del concepto como corriente teórica, es Manuel Castells quien adosará algunas de las características de la acción tecnopolítica: su arquitectura en red, la conformación de un contrapoder y el carácter autocomunicativo (2009), además de la prominencia de la emocionalidad (2009, 2012).

De la mano de la escuela catalana, ya propiamente, surgió un inventario conceptual que acompañó y conformó un incipiente cuerpo teórico para la noción de tecnopolítica –principalmente del grupo @Dataanalysis15m– que con el paso de las obras se fortaleció. Entre los primeros términos de este repertorio podemos ubicar el de multitud conectada, movimientos red, acontecimiento aumentado y contagio tecnológicamente estructurado (Toret, 2013), ensamblaje móvil (Monterde & Postill, 2014), devenir ciborg (Toret y Pérez, 2012), escrache tecnopolítico (Gual, 2014), arquitectura de acción común (Gutiérrez, 2014), comunicación distribuida (Serrano, 2014), identidades multitudinarias (Monterde et al., 2015), entre otros.

Posteriormente, de la mano de producción académica orientada a estos fenómenos, han sido varios los autores que han añadido imaginarios de abstracción con amplio potencial empírico para fortalecer el entramado conceptual. Treré & Barranquero (2017) ubican la diversificación del enfoque tecnopolítico comenzando por España y

pasando por estudios de caso en Chile, México, Brasil y Argentina, con la consolidación de una mirada que trasciende la concepción instrumental de las tecnologías digitales con especial atención en prácticas sociales conectivas ubicadas en sistemas mediáticos híbridos.

Desde las coordenadas conceptuales de la economía política, el espacio público oposicional y la ciudadanía digital (Sierra, 2018; 2021), por su parte, el trabajo del grupo Compolíticas de la Universidad de Sevilla, en conjunto con proyectos del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), ha sido clave para aglutinar la producción académica sobre tecnopolítica en su conexión con escuelas de investigación y activismo principalmente latinoamericanas. En algunas de las obras relacionadas con este polo intelectual, se exponen estudios de caso de España, México, Colombia, Chile, Argentina, Venezuela, Brasil, Perú, Ecuador, Egipto, Taiwán y Francia (Sierra y Gravante, 2017a, 2017b; Sierra y Montero, 2015; Sierra et al., 2021), entre otros, además de trabajo frecuente en dos congresos anuales: el primero, Move.Net, Congreso Internacional sobre Movimientos Sociales y TIC, en la Universidad de Sevilla, y el segundo el Congreso Anual de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (Ulepicc).

Por otro lado, como referentes de la escuela teórica tecnopolítica en México, aportando también en el plano de la diversificación de género, aparece el trabajo de Rosana Reguillo y el Signa_Lab desde el Iteso en Guadalajara, México, así como el interés

en la perspectiva feminista por parte de Guiomar Rovira, ubicada en la Universidad Autónoma Metropolitana de la Ciudad de México.

En el caso de Reguillo (2017), derivado de su libro *Paisajes insurrectos: jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio* y lo que denomina las expresiones contemporáneas de malestar colectivo, plantea un cuerpo teórico de análisis basado en cuatro espacios y tiempos de revueltas de la imaginación, que denomina paisajes: la crisis y el declive del proyecto civilizatorio, las políticas del lugar y la reinención del locus, las superficies de inscripción digital –implicaciones que denomina tecnoafectivas, tecnopoéticas y tecnopolíticas en las formas de habitar y construir las protestas– y las pasiones políticas y afectos enREDados.

Sobre los movimientos-red, un concepto clave en el enfoque tecnopolítico, la autora señala su multidimensionalidad pues

son movimientos porque los une un objetivo y buscan ser reconocidos y escuchados; son movilizaciones porque se constituyen a través de las prácticas y buscan movilizar a otras personas; son revueltas porque expresan un conflicto, y son insurrecciones porque se sublevan contra algún poder instituido. Pero son, ante todo, configuraciones políticas en red. Suponen la apropiación y el uso político de internet y la creación de redes de acción coordinada on / off line (2017, p. 13).

Es decir, señala, se trata de movimientos que no son afiliativos, sino configuracionales que retoman a la multitud conectada como un nuevo sujeto político.

En el repertorio conceptual que plantea esta autora aparecen nociones como producción de presencia, narrativas de contestación, vectores de polinización, espacio público expandido, litigio y acontecimiento.

En la obra de Rovira (2017), a su vez, sobre todo en *Activismo en red y multitudes conectadas*, se añaden ideas como contrinsurgencia y activismo en red, política prefigurativa, redes activistas, constelaciones performativas, hacktivismo y devenir feminista. Su punto de partida, además, justifica un contexto propiamente mexicano –y con ello, un estado en común de la región, no necesariamente de las naciones anglosajonas–, basado en el hecho de que “con las tecnologías de la información y la comunicación, las movilizaciones han logrado alterar la dependencia de la visibilidad mediática, desde los márgenes se resquebraja el poder de la voz única de televisoras y periódicos” (2018, p. 9).

Es decir, plantea, las redes –por más comerciales que sean– han visibilizado una agenda social que existiría marginalmente en el ecosistema mediático tradicional, mediante lo que llama laboratorios de producción simbólica, que supone todo movimiento, situando la comunicación en red como uno de sus componentes esenciales, en consonancia con el uso de todos los recursos posibles por parte de las multitudes conectadas. De esta manera, señala, se consolidan prácticas de sensibilización y des-anestesia (2018).

A esto se añade otra serie de postulados teóricos satelitales que se han incorporado y posicionado respecto al repertorio conceptual tecnopolítico originario, dado el alcance de sus consideraciones contextuales y empíricas, entre ellos destacan las llamadas tecnologías de esperanza en el marco de las acciones realizadas por parte de madres y familiares de desaparecidos en México (Franco Míguez, 2022) y la posibilidad tecnopolítica en relación con la diferenciación en la alfabetización digital y los activismos políticos contemporáneos en contextos de precariedad, principalmente juveniles (Ávalos González, 2019; 2022).

Aportes metodológicos

El enfoque tecnopolítico no sólo es teórico o de naturaleza contextual, sino que se ha desarrollado junto con un importante repertorio de cuestionamientos, descubrimientos y experimentaciones metodológicas frente al embrujo de las tecnologías (Treré & Barranquero, 2013).

Si entendemos metodología en sentido amplio, la misma noción de tecnopolítica nos otorga ya la claridad para emprender las investigaciones mediante diseños que apelen a epistemologías emergentes. Y si nos referimos, en una versión más acotada, a las posibilidades del trabajo de campo, sabremos que esta perspectiva abrió una veta para comprender de forma interdisciplinaria datos, algoritmos e interfaces, entre otros aspectos primeramente tecnológicos pero sin duda culturales

que rebasaron enfoques bajo la dicotomía cualitativo/cuantitativo.

Es Toret (2013) quien presenta en su informe de investigación sobre el movimiento de los indignados en España reflexiones sobre cinco ejercicios analíticos: genealogía de las luchas en Internet, análisis de las bandadas y migraciones entre hashtags en Twitter, análisis de emociones, análisis de la estructura topológica del sistema-red y análisis de la fractalidad y multifractalidad de la mente colectiva.

Los enfoques metodológicos detrás de esta incipiente diversidad de perspectivas mostraron tendencias que se volverían recurrentes con el paso del tiempo en el análisis de las movilizaciones sociales: etnografía digital, minería de datos, análisis de redes semánticas, análisis de sentimientos mediante procesamiento automatizado de lenguaje natural –uno de los primeros referentes metodológicos en términos de inteligencia artificial–, Análisis de Redes Sociales y enfoques desde la teoría de los sistemas complejos.

Respecto al análisis de la dimensión emocional, por ejemplo, uno de los hallazgos fue que

la combinación entre alta y amplia activación emocional de miles de personas (nodos), más alta cohesión de vocabulario (sintonía del discurso y pensamiento respecto a lo que sucede), activa una inteligencia común y una creatividad expandida que permite la producción acelerada de lenguaje común, de un cuerpo conectado (Toret, 2013, p. 81).

El trabajo realizado por Signa_Lab es otro caso representativo de la búsqueda de tácticas de indagación relevantes para la agenda pública. Con el eslogan de investigación, experimentación y desarrollo tecnológico, este espacio académico, ubicado en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, en Guadalajara, México, ubica sus coordenadas de investigación en los terrenos de la datificación crítica, la tecnopolítica, el espacio público y la socioantropología digital. Una de sus características es

el desarrollo de herramientas propias para la recolección, procesamiento y visualización de grandes conjuntos de datos; nuevas formas de cartografiar y visualizar; así como el análisis de redes sociales y naturales para propiciar el análisis multicapa y complejo de la realidad (signalab.mx, 2021).

El trabajo de este laboratorio, liderado por Rossana Reguillo, Víctor Hugo Abrego y un equipo interdisciplinario, es relevante además por insertar documentos de análisis sobre temas de interés público en el contexto mexicano, relacionados con redes de bots y libertad de expresión, análisis multigrafo de movimientos como el #MetooMx, así como fenómenos electorales.

Todo esto en el entendido de que el principal causante de reconfigurar la exploración metodológica, desgraciadamente, ha sido la enorme conflictividad social que define las sociedades latinoamericanas. De acuerdo con las causas sociales

que han destacado en términos tecnopolíticos en México, desde 2009 hasta 2021, existe una heterogeneidad de consignas respecto a acontecimientos o políticas públicas ocurridas durante los últimos sexenios, sin distingo partidista, lo que la hace distanciarse regularmente de visiones encapsuladas en la política tradicional.

Aparecen etiquetas relacionadas con infanticidios, defensa de internet, situaciones de

violencia por parte del crimen organizado, contextos electorales, violencia contra periodistas, desaparecidos, libertad de expresión, asesinatos políticos, represión policial, aumento de impuestos, desastres naturales, verificación de noticias, diversidad sexual, migrantes, iniciativas de ley, causas ciudadanas y, con un creciente repertorio de consignas, protestas feministas (Tabla 1).

Tabla 1.

Selección de protestas en México como temas tendencia en Twitter

| Año | Temas tendencia en México (2009-2021) |
|------|---|
| 2009 | #JusticiaABC #InternetNecesario #MatrimonioDF |
| 2010 | #ReynosaFollow #MTYFollow |
| 2011 | #LeyDuarte #MarchaPorLaPaz #CazaunBot |
| 2012 | #QuitaUnAnuncio #YoSoy132 #FotocCasilla #1Dmx #TodosSomosPresos |
| 2013 | #PosMeSalto #LiberenAYakiri |
| 2014 | #PrensaNoDisparen #LeyBala #EPNvsInternet #NoMásPoderAlPoder #AyotzinapaSomosTodos #YaMeCansé |
| 2015 | #EnDefensaDeAristegui #Justicia5Narvarte #LeyFayad #NoShopultepec |
| 2016 | #AlertaXochicuautla #VivasNosQueremos #MiPrimerAcoso #Nochixtlán |
| 2017 | #Gasolinazo #SiMeMatan #Verificado19s |
| 2018 | #Marichuy #Verificado2018 #DebateINE #CaravanaMigrante |
| 2019 | #MeTooMx #YoSíTeCreo #AMLORenuncia #NoMeCuidanMeViolan #LeyOlimpia #Pigmentocracia #DíaInternacionalde la Memoria Trans |
| 2020 | #FeminicidioEmergenciaNacional #QuédateEnCasa #EtiquetadoClaroYa #HastaEncontrarles #NadaQueCurar #QuédateEnCasa |
| 2021 | #UnVioladorNoSeráGobernador #MéxicoFeminicida #YoDefiendoAICIDE |

Es decir, el enfoque tecnopolítico y sus vertientes sobre el método han crecido junto con el desarrollo de su construcción teórica, producto de permanente conflictividad social; con ello, esta escuela se ha convertido en una de las precursoras de la renovación y la reflexividad metodológica en la investigación social, en términos de alcances y límites, junto con otras como las de los métodos digitales y el dataísmo,

la analítica cultural, el *big data* y el análisis de la visualidad, las propuestas de etnografía digital, así como las relativas a la inteligencia artificial (Rodríguez Cano, 2022).

Principales desafíos

La conformación del cuerpo teórico y metodológico de esta tradición, siempre contingente, no ha estado exento de cuestionamientos. Destaca una vertiente crítica que le exige aludir a un fenómeno más amplio que las meras manifestaciones sociodigitales. Atender esta expansión sería enriquecedor para tener una visión más totalizadora, efectivamente, pero en el continuum de las dilucidaciones que hemos señalado, perdería de vista el potencial significativo para abarcar diversos frentes de algunas batallas culturales de nuestros tiempos, asociadas a la tradición del estudio de los movimientos sociales y el espacio público, por ejemplo las relacionadas con el racismo (#BlackLivesMatter), el feminismo (#NiUnaMenos) o el movimiento por los desaparecidos en nuestro país (#HastaEncontrarles), entre otros, en un sentido que alcanza entretejidos interseccionales.

Desde el punto de vista de la sociología tradicional, la perspectiva tecnopolítica se centra en la construcción de una teoría de rango medio en el sentido que expone Merton (1980), pues delimita fenómenos sociales concretos, en un punto intermedio entre la teoría general y la evidencia empírica, perspectiva que confirma Reguillo (2017) cuando aclara, sobre sus paisajes insurrectos, que “no busca la explicación del todo, sino contribuir a generar pequeñas piezas epistemológicas... contra la dominación capitalista” (p. 16).

Uno de los beneficios de situarse en este plano, es que la tecnopolítica ha logrado entrelazarse

con postulados teóricos contiguos y casi siempre en desarrollo, también asociados al uso de plataformas digitales, por ejemplo los de la escuela feminista reciente que en muchas ocasiones parten de denominaciones como ciberfeminismo (Reverter-Bañón, 2013) o tecnopolítica feminista (Boix, 2015; Pedraza Bucio & Rodríguez Cano, 2019) y que se han vuelto continentes aparte en el desarrollo de enfoques teórico-conceptuales para la actividad política, como los que establecen incluso en consonancia con el giro decolonial y la autonomía tecnológica (Ricaurte Quijano, 2018). Otro ejemplo es el relacionado con el hacktivismo (Burgos Pino, 2014; Milan, 2015) o, más recientemente, el activismo de datos (Chenou & Cepeda-Másmela, 2019; Gutiérrez & Milan, 2017; Milan & Treré, 2019) y la resistencia algorítmica (Gutiérrez-Rubí, 2020; Treré, 2020).

En todo caso, en atención a esta permanente tensión entre visiones amplias y acotadas de la relación entre política y tecnología, dada la inercia en ambas escuelas de pensamiento, es previsible que subsistan tanto la dimensión tecnopolítica que se trata en este texto, como el plural tecnopolíticas, que alude de manera más profunda a las políticas del conocimiento y las tecnologías (Pérez de Lama & Sánchez-Laulhé, 2020).

En esta dirección, el corte de caja sobre tecnopolítica exige retomar la que ha sido una de sus principales antinomias. Por un lado, un planteamiento tecnocultural de resignificación de los campos sociales en que se disputa la visibilidad en el espacio público mediante plataformas comerciales, y por el otro, el choque de esta postura con la mirada

de recelo hacia la explotación de los datos personales de los usuarios, y el aceitado del paradigma de la vigilancia tecnomercantil y autoritaria que representan estas corporaciones. Tal contradicción no ha estado exenta de reflexiones y posturas: Toret (2013) ha señalado la necesidad de trabajar con datos “no por una obsesión cuantitativa, sino, sobre todo, porque el 15M es un movimiento que ha producido millones de datos y estos son un soporte importante para ver y analizar la dimensión del fenómeno” (p. 25).

De manera similar, Reguillo (2017), al retomar su propia experiencia, señala cómo no fue hasta que experimentó “vivencialmente lo que significaba disputar significados en la red, que decidí capacitarme en las lecturas del big data, minería de datos y análisis algorítmicos” (p. 187). En este mismo sentido, Ábrego et al. (2019) plantean la posibilidad de construir un frente sociocultural para “impulsar una agenda contra-biopolítica entre colectivos, laboratorios y hackers en México y América Latina con proyectos de ingeniería social y uso crítico de datos” (pp. 40-41) que abonen a un contrapeso en tres sentidos:

- 1. estrategias colectivas de presión hacia gobiernos y/o empresas que obliguen a éstos a que permitan acceder a sus registros y bases de datos para, en casos específicos, convertir sus tecnologías de vigilancia y uso comercial en herramientas de búsqueda y uso crítico de la información;*
- 2. prácticas de producción consciente de datos, consistentes en compartir con amigos*

la geolocalización, el acceso a cámara o micrófono de sus dispositivos móviles, permitiendo este tipo de accesos a distintas apps de uso personal, con el objetivo de activar redes de rastreo y/o cuidado colectivo en caso de percibir o ser víctimas de algún tipo de riesgo, y

3. una agenda de datificación crítica de la realidad, que utiliza el expertise técnico desarrollado en otras áreas para producir miradas y relatos capaces de cuestionar el pragmatismo con el que se maneja la información pública y privada de miles o millones de personas (2019, p. 41).

En resumen, la congruencia analítica, la alfabetización tecnológica y la datificación crítica se plantean como frentes en construcción para fortalecer tácticas de inserción en los procesos de subjetivación de la cultura de la hiperconectividad, que involucra –entre otras– el uso de plataformas corporativas para la expresión ciudadana. Este aspecto resulta interesante, en todo caso, al acentuar dos maneras de entender lo político: por un lado, lo relacionado con las disputas por la percepción y la visibilidad de antagonismos en el espacio público, y por el otro lo relativo a la infraestructura de mercantilización y plataformas corporativas que subyace a la llamada cultura digital. Un fenómeno que, como hemos mencionado, está representado en la diversificación de perspectivas de investigación y aplicación tecnopolítica más reciente; es decir, en la tecnopolítica como tradición académica existe ahora

una versión ampliada gracias a los cuestionamientos epistemológicos iniciales.

Como mencionamos previamente, y ahora podemos extender, esta diversificación en la mirada tecnopolítica se puede observar en el transcurso de reflexiones y análisis del colectivo ubicado en *tecnopolítica.net*, siendo algunos de sus temas de conversación –en videos, publicaciones o búsqueda de bibliografía– los relacionados con tecnofeudalismo, datificación y corporalidad digital, *social big data*, post/trans/humanismo, feminismo de datos, desinformación, ciudades inteligentes, autoritarismo digital, internet feminista, capitalismo de datos, infraestructuras digitales democráticas, derechos digitales, entre otras (*tecnopolítica.net*, 2023). Repaso del cual se reitera la discusión del término tecnopolítica en un plano más amplio, pero siempre relacionado con las tecnologías digitales y las protestas sociales.

Por otro lado, en su implementación analítica, una de las grandes limitantes de la visión tecnopolítica, que a la vez ha sido una de sus grandes maquinarias de producción de sentido, es el sesgo de la centralidad de Twitter –ahora X– que si bien pudo ser espacio para muchas protestas sociodigitales, evidentemente no las contuvo todas; es decir, existe un numeroso cuerpo de indagaciones basadas exclusivamente en esta plataforma para analizar a las llamadas multitudes conectadas. Tal centralidad se explica por variadas razones, entre las cuales podemos señalar las siguientes: a) es posible observar individual y colectivamente las expresiones públicas de sus usuarios; b) entre estos usuarios aparecen los protagonistas de las protestas sociales

en su dimensión activista; c) genera un flujo social de posicionamiento algorítmico de los temas de conversación, d) estas expresiones tienen un enorme potencial intermediático e interplataforma debido a su naturaleza hipertextual, y e) permite obtener datos mediante diferentes mecanismos de construcción de cuerpos de investigación, desde la mirada cercana a los perfiles y contenidos públicos hasta la minería de datos y el uso de Interfaces de Programación de Aplicaciones, conocidas como APIs.

En este sentido, y sobre todo a la luz de cambios inminentes en X de acuerdo con sus planes comerciales, queda como desafío la elaboración de cuerpos de investigación de datos en otras plataformas para extender la autonomía de las coordenadas metodológicas y conceptuales, como en el caso de la noción de redes de medios tecnopolíticos (Rodríguez Cano, 2017, 2020), para lo cual abordajes transversales e interplataforma, o estrategias de investigación holísticas como la etnografía digital pueden ser una de las llaves de acceso.

Conclusiones

La palabra tradición tiene implicaciones que debemos abordar si nos referimos a los alcances de la visión tecnopolítica. Quizá no es la palabra adecuada para una serie de planteamientos y acciones posicionadas en acontecimientos que persiguen la transformación social, por una parte; y que apenas rebasan la década desde sus inicios como para querer

atribuirle cierta solidez diacrónica, por la otra. Sería necesario pensar en otra denominación que justifique el *ethos* de la efervescencia participativa asociado a las protestas sociales mediante tecnologías digitales. En este sentido, la noción de tradición parece encajar solamente en un ánimo provocador y problematizable; sin embargo, también se sustenta en un argumento estructural que se ha desarrollado a lo largo de este artículo: refleja no solo el paso del tiempo, sino la ampliación de un cuerpo teórico y metodológico –alentado desde diversas geografías intelectuales iberoamericanas– y con ello, la consolidación de una mirada múltiple.

En este texto hemos centrado la visión rumbo a ciudades como Barcelona, Sevilla, la Ciudad de México o Guadalajara. Nos faltan muchas otras, en muchos lugares, porque la tecnopolítica implica claramente un enfoque rizomático y descentralizado.

Asimismo, la conformación de una serie de grupos de investigación e investigadores individuales que se han sumado a la discusión no fragmentan, sino todo lo contrario, han fortalecido la construcción del campo. En todo caso, podemos pensar este esfuerzo desde la idea de competencia, de Simmel (2013), como un motor social que alienta el beneficio colectivo en pos de la consolidación de una mirada y el inicio de un diálogo de escuelas de pensamiento entre el sur y el norte, como el que han propuesto e iniciado Treré & Barranquero (2017).

Es evidente que las inconformidades sociales expresadas mediante plataformas de socialización en línea, entre las que destacan –en México– las de feministas y personas desaparecidas, son prácticas que trascienden el ámbito mediático y el espacio de

las redes y, por lo tanto, proponen como vigente misión epistémica su descompartimentalización. Sin embargo, desde la vertiente tecnopolítica que es en sí interdisciplinaria, se sostienen como fenómenos culturales que es importante situar, politizar e historizar por tratarse de expresiones que movilizan recursos materiales, humanos y simbólicos para la transformación social.

La revisión planteada a lo largo de este artículo argumenta en favor de una visión acotada de la tradición tecnopolítica, pero no por ello ingenua o menos pertinente para atender el análisis de la conflictividad social contemporánea, partiendo desde su inicio en el contexto de movilizaciones globales contra sistemas políticos, mediáticos y económicos asfixiantes, hasta su vigencia en momentos donde se ha sumado al debate el uso nocivo de las tecnologías digitales y el cuestionamiento para la ampliación de los repertorios de protesta basada en la apropiación tecnológica (Calvo, 2023).

Con base en estas reflexiones, se pueden recuperar tres aspectos que sostienen el planteamiento de una tradición tecnopolítica: a) el desarrollo de un cuerpo teórico y conceptual que se ha ido revitalizando desde diferentes geografías, al grado de conformar una corriente con variadas dimensiones que le han otorgado profundidad epistemológica; b) la experimentación metodológica que ha convertido a este campo en un motor de la reinención política de las prácticas de investigación crítica en entornos digitales, y c) variados desafíos –de los que hemos destacado interperaciones epistemológicas, teóricas y analíticas– que han fortalecido la reflexividad

constante sobre su campo de presencia. Finalmente, podemos agregar otro aspecto nodal que es imposible pasar por alto, porque ha determinado parte del fortalecimiento y la pertinencia del abordaje tecnopolítico: la persistencia de protestas sociales expresadas públicamente mediante estas plataformas.

Como la parte dentro de un todo más amplio, en la búsqueda de exploraciones, descripciones, explicaciones e interpretaciones para discutir las protestas sociodigitales, la tecnopolítica se ha posicionado teórica, metodológica y empíricamente, como una tradición académico-rizomática iberoamericana.

Referencias bibliográficas

- Abrego, V. H., Bona, Y., & Reguillo, R. (2019). Resistencias en red: Tecnopolítica y violencias. *deSignis*, 30, 23-44. <https://doi.org/10.35659/designis.i30p23-44>
- Alcazan, ArauMonty, Axebra, Quodlibetat, Levi, S., SuNotissima, TakeTheSquare, & Toret, J. (2012). *Tecnopolítica, Internet y R-Evoluciones: sobre la centralidad de las redes digitales en el #15M*. Icaria.
- Ávalos González, J. M. (2019). La posibilidad tecnopolítica. Activismos contemporáneos y dispositivos para la acción. Los casos de las redes feministas y Rexiste. *Comunicación y sociedad*, 16. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7299>
- Ávalos, J. (2022). Activismo y alfabetismos digitales en las resistencias y movilizaciones contemporáneas. Hacia una cultura de alfabetización mediática crítica. In G. Orozco, & J. Corona, J. (coords.), *Alfabetismos mediáticos participativos. Propuestas conceptuales y recuentos empíricos* (pp. 29-49). Tintable.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, communication & society*, 15(5), 739-768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.
- Boix, M. (2015). Desde el ciberfeminismo hacia la tecnopolítica feminista. *Revista Pillku*, 18. <https://shorturl.at/lwCL4>
- Burgos Pino, E. K. (2014). El hacktivismo: entre la participación política y las tácticas de subversión digital. *Razón y Palabra*, (88). <https://shorturl.at/tyEHL>
- Calvo, D. (2023). *Tecnopolítica para comprender los movimientos sociales en Internet*. Lecciones del Portal de la Comunicación (InCom-UAB). Universitat Autònoma de Barcelona. <https://shorturl.at/jkp46>

- Candón-Mena, J., & Montero Sánchez, D. (2021). From cyber-activism to technopolitics: a critical take on historical periods and orientations in the use of digital technology by social movements. *International Journal of Communication*, 15, 2921-2941. <https://shorturl.at/ehsH0>
- Castells, M. (1998). *La era de la información. El poder de la identidad. Vol. 2*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial.
- Chenou, J. M., & Cepeda-Másmela, C. (2019). #NiUnaMenos: Data Activism from the Global South. *Television & New Media*, 20(4), 396-411. <https://doi.org/10.1177/1527476419828995>
- Cleaver, H. (1998). The Zapatistas and the electronic fabric of struggle. In J. Holloway, E. Pelaez, & E. Pelaez (eds), *Zapatista!: Reinventing Revolution in Mexico*. Pluto.
- Franco Míguas, D. (2022). *Tecnologías de esperanza: apropiaciones tecnopolíticas para la búsqueda de personas desaparecidas en México*. Tintable.
- García Canclini, N. (2019). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Calas.
- Gual, J. (2014). #15mPaRato o escrache tecnopolítico. In E. Serrano, A. Calleja-López, A. Monterde, & J. Toret (eds.), *15MP2P: una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 209-218). UOC.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2014). *Tecnopolítica*. LuzAzul Ediciones.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2020). Tecnopolítica y los algoritmos. In J. Sabariego, A. Jobim do Amaral, E. Baldissera, & C. Salles, *Algoritarismos* (pp. 102-112). Tirant lo Blanch.
- Gutiérrez, B. (2014). El 15M como una arquitectura de acción común. In E. Serrano, A. Calleja-López, A. Monterde, & J. Toret (eds.), *15MP2P: una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 409-420). UOC.
- Gutiérrez, M., & Milan, S. (2017). Technopolitics in the Age of Big Data. In F. S. Sierra Caballero, & T. Gravante (eds.), *Networks, Movements & Technopolitics in Latin America: Critical Analysis and Current Challenges* (pp. 95-109). Palgrave Macmillan.
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. Siglo XXI.
- Meneses, M. (2015). *Ciberutopías: democracia, redes sociales, movimientos-red*. Porrúa.
- Merton, R. (1980). *Teoría y estructura sociales*. Fondo de Cultura Económica.
- Milan, S. (2015). Hacktivism as a Radical Media Practice. In C. Atton (ed.), *The Routledge Companion to Alternative and Community Media* (pp. 550-560). Routledge.
- Milan, S., & Treré, E. (2019). Big data from the South (s): Beyond data universalism. *Television & New Media*, 20(4), 319-335. <https://doi.org/10.1177/1527476419837739>
- Monterde, A., & Postill, J. (2014). Mobile ensembles: The uses of mobile phones for social protest by Spain's indignados. In G. Goggin, & L. Hjorth (eds.), *Routledge Companion to Mobile Media*. Routledge.

- Monterde, A., Calleja-López, A., Aguilera, M., Barandiaran, X. E., & Postill, J. (2015). Multitudinous identities: a qualitative and network analysis of the 15M collective identity. *Information, Communication & Society*, 18(8), 930-950. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043315>
- Pedraza Bucio, C., & Rodríguez Cano, C. A. (2019). Resistencias sumergidas: cartografía de la tecnopolítica feminista en México. *Teknokultura*, 16(2), 197-212. <https://doi.org/10.5209/tekn.64163>
- Pérez de Lama, J., & Sánchez-Laulhé, J. (2020). Consideraciones a favor de un uso más amplio del término tecnopolíticas. Sobre la necesidad de la crítica y las políticas del conocimiento y las tecnologías. In J. Sabariego, A. Jobim do Amaral, E. Baldissera, & C. Salles, *Algoritarismos* (pp. 15-39). Tirant lo Blanch.
- Ranciere, J. (1996). *El desacuerdo: política y filosofía*. Nueva Visión.
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos: jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. NED.
- Reverter-Bañón, S. (2013). Ciberfeminismo: de virtual a político. *Teknokultura*, 10(2), 451-461. <https://shorturl.at/jntKU>
- Ricaurte Quijano, P. (2018). Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina. *Chasqui*, 137, 13-28. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i137.3664>
- Rodríguez Cano, C. A. (2017). Communication in movement and techno-political media networks: the case of Mexico. In F. S. Sierra Caballero, & T. Gravante (eds.), *Networks, Movements and Technopolitics in Latin America: Critical Analysis and Current Challenges* (pp. 147-176). Palgrave Macmillan.
- Rodríguez Cano, C. A. (2020). *La expansión de lo público: indagaciones tecnopolíticas de la sociedad hiperconectada*. UAM Cuajimalpa.
- Rodríguez Cano, C. A. (2021). Intolerancia y conflicto en tiempos digitales: entre la provocación y la estrategia. In R. Abascal Mena, & C. Pedraza Bucio (coords.), *Miradas para una ciudadanía emergente: encuentros y desencuentros en el escenario digital* (pp. 27-42). UAM Cuajimalpa.
- Rodríguez Cano, C. A. (2022). *Hipermétodos: repertorios de la investigación social en entornos digitales*. UAM Cuajimalpa.
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas*. Icaria.
- Sampedro, V., & Haro, C. (2011). Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. *Teknokultura*, 8(2), 157-175. <https://t.ly/-JvcE>
- Serrano, E. (2014). El 15M como medio: autoorganización y comunicación distribuida. In E. Serrano, A. Calleja-López, A. Monterde, & J. Toret (eds.), *15MP2P: una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 120-133). UOC.
- Serrano, E., Calleja-López, A., Monterde, A., & Toret, J. (2014). *15MP2P: una mirada transdisciplinar del 15M*. UOC.

- Sierra, F. (2018). Ciberactivismo y movimientos sociales. El espacio público oposicional en la tecnopolítica contemporánea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 980-990. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1292>
- Sierra, F. (2021). Ciudadanía digital y democracia 4.0. In F. Sierra, S. Leetoy, & T. Gravante (coords.), *Democracia inconclusa: movimientos sociales, esfera pública y redes digitales* (pp. 23-62). CEIICH-UNAM.
- Sierra, F. y Gravante, T. (2017a). *Tecnopolítica en América Latina y el Caribe*. Ciespal.
- Sierra, F. y Gravante, T. (2017b). *Networks, movements and technopolitics in latin america: critical analysis and current challenges*. Palgrave Macmillan.
- Sierra, F. y Montero, D. (2015). *Videoactivismo y movimientos sociales: teoría y praxis de las multitudes conectadas*. Gedisa y Ciespal.
- Sierra, F., Leetoy, S. y Gravante, T. (2021). *Democracia inconclusa: movimientos sociales, esfera pública y redes digitales*. CEIICH-UNAM.
- signalab.mx. (2021). *Investigación, experimentación, desarrollo tecnológico*. <https://signalab.mx>
- Simmel, G. (2013). *El conflicto: sociología del antagonismo*. Sequitur.
- Statista. (2023). Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México en 2022. <https://shorturl.at/euxMQ>
- tecnopolítica.net. (2023). *La potencia de las multitudes conectadas*. <https://tecnopolitica.net>
- Toret, J. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. IN3 Working Paper Series.
- Toret, J. (2015). *Tecnopolítica y 15M: la potencia de las multitudes conectadas: un estudio sobre la gestación y explosión del 15M. Tecnopolítica y 15M*. UOC.
- Treré, E., & Barranquero, A. (2013). De mitos y sublimes digitales: movimientos sociales y tecnologías de la comunicación desde una perspectiva histórica. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación (Redes.com)*, 8, 27-47. <http://hdl.handle.net/10016/21576>
- Toret, J., & Pérez, J. (2012). Devenir cyborg, era postmediática y máquinas tecnopolíticas: Guattari en la sociedad red. In G. Berti (coord.), *Félix Guattari: Los ecos del pensar: entre la filosofía, el arte y la clínica*. Letras salvajes.
- Treré, E. (2020). *Activismo mediático híbrido: ecologías, imaginarios, algoritmos*. Friedrich Ebert Stiftung FES Comunicación.
- Treré, E., & Barranquero, A. (2017). Tracing the roots of technopolitics: towards a North-South dialogue. In F. S. Sierra Caballero, & T. Gravante (eds.), *Networks, Movements and Technopolitics in Latin America: Critical Analysis and Current Challenges* (pp. 43-64). Palgrave Macmillan.

Valenzuela Arce, J. M. (2015). Las voces de la calle... y de las redes sociales, los movimientos juveniles y el proyecto neoliberal. In J. M. Valenzuela Arce, *El sistema es antinosotros: culturas, movimientos y resistencias juveniles* (pp. 29-70). UAM, El Colegio de la Frontera Norte, Gedisa.

DOI: <https://doi.org/10.29105/gmjmx21.40-522>


Artículos

REDES SOCIALES Y PARTICIPACIÓN ELECTORAL DE LOS JÓVENES: NUEVO LEÓN 2021

SOCIAL MEDIA AND ELECTORAL PARTICIPATION OF YOUNG PEOPLE:
NUEVO LEON 2021


Carmen Dinorah García Retes

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

 <https://orcid.org/0000-0001-8413-3879>


Guadalupe Maribel Hernández-Muñoz

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

 <https://orcid.org/0000-0001-9904-6938>

Alma Elena Gutiérrez Leyton

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

 <https://orcid.org/0000-0002-4650-6686>

Autora para correspondencia: Guadalupe Hernández-Muñoz, email: guadalupe.hernandezmn@uanl.edu.mx

Resumen

El objetivo de este trabajo se centra en el análisis de la influencia de las redes sociales en la participación política y el comportamiento electoral de los jóvenes durante las elecciones de 2021 en el estado de Nuevo León, México, y cuantificar la satisfacción en el uso de estos medios con fines políticos. El trabajo es de corte cuantitativo, utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos. En los resultados se observa una alta participación de la población joven en los espacios virtuales, quienes afirman que las utilizan como medio de comunicación principal. Los participantes en el estudio aseguraron que a través de estos existe una mayor interacción con los candidatos, así como la oportunidad de mantenerse informados de las propuestas durante la campaña, inclinándose por un contenido audiovisual corto y dinámico. Los jóvenes son conscientes que la información que consumen en redes no es siempre verídica, pero tampoco tienen interés de confirmarla en algún otro medio. Además, se comprueba que el uso de las redes sociales es un facilitador de la participación política de los jóvenes y es un referente importante en la decisión electoral.

Palabras clave: redes sociales, comportamiento electoral, participación política, comunicación política.

Abstract

The objective of this paper focuses on the analysis of the influence of social media on the political participation and electoral behavior of young people during the 2021 elections in the state of Nuevo Leon, Mexico, and to quantify the satisfaction in the use of these media for political purposes. The work is quantitative, using the survey as a data collection instrument. The results show a high participation of the young population in virtual spaces, who claim to use them as their principal communication media. The participants in the study assured that through these spaces there is a greater interaction with the candidates, as well as the opportunity to keep themselves informed of the proposals during the campaign, leaning towards short and dynamic audiovisual content. Young people are aware that the information they consume on social media is not always true, but they are not interested in confirming it in any other media. In addition, it is proven that the use of social networks is a promoter of the political participation of young people and is an important referent in the electoral decision.

Keywords: social media, electoral behavior, political participation, political communication.

Recibido: 05/10/2023

Aceptado: 22/01/2024

Introducción

Internet ha prolongado el espacio público hacia los espacios virtuales (Barredo et al., 2015), lo cual se potenció con la reciente pandemia de COVID-19, donde la sociedad se vio obligada a mantener un aislamiento social como medida preventiva para evitar el contagio; prácticamente, pasaron dos años para que la ciudadanía regresara a la normalidad. Durante ese tiempo, de acuerdo con Fernández (2022), las personas recurrían a Internet, específicamente a redes sociales, para mantener contacto con el mundo exterior, lo que fortaleció las comunidades virtuales y se reflejó en una mayor frecuencia la presencia de los individuos en el ciberespacio; el autor asegura que Facebook

encabeza, en 2021, el *ranking* de las redes sociales con más usuarios activos, aproximadamente 2 mil 900 millones.

De acuerdo con Abdullah et al. (2022), “los medios y la tecnología se consideran herramientas fundamentales para la comunicación y la educación del público sobre cuestiones políticas, sociales y económicas” (p. 3), principalmente, las redes sociales se han establecido como el medio digital más importante para conectar al ciudadano con el político.

La estrategia del marketing político en redes sociales genera un nivel de igualdad entre políticos y ciudadanos, y proporciona confianza basada en las plataformas sociales (Yolbulan et al., 2014), algo que ha tenido un auge en los últimos años (Sumida et al., 2019), según lo refleja la medición de la plataforma

Hootsuite que, durante 2020, registró más de 3.8 mil millones de usuarios que estuvieron activos en las redes sociales (Beveridge, 2022). Actualmente, y reforzado con el contexto que se vivió en la pandemia, los políticos buscan generar una impresión más amena, cálida e íntima de su imagen en las redes sociales, compartiendo su día a día, como *hobbies*, opiniones y hasta su vida privada (Ortiz et al., 2021).

El primer acercamiento de marketing digital político sucedió en las elecciones presidenciales de México en el 2012, cuando contendieron Enrique Peña Nieto y Andrés Manuel López Obrador (AMLO), utilizando Twitter y Facebook como una manera de tener presencia digital, informando de manera informal, ya que, en ese tiempo, los medios tradicionales aún se mantenían como estrategia principal. Con poco conocimiento digital, y sin tanto auge en las redes sociales antes mencionadas, los candidatos generaban contenido básico, mostrando sus propuestas de campaña, acciones y eventos.

En 2015, durante la elección a la gubernatura del estado Nuevo León, México, los candidatos establecieron las redes sociales como parte de su estrategia de comunicación, sin embargo, el candidato independiente, Jaime Rodríguez Calderón “El Bronco”, utilizó Periscope (herramienta online para transmitir video en vivo a través de Twitter), con lo cual mantuvo un vínculo con los ciudadanos, principalmente con los jóvenes neoloneses. El Bronco hizo historia, sentando un precedente nacional, al ser el primer y único gobernador en la República Mexicana que ganó como candidato independiente. Además, este triunfo marcó un

referente internacional en el uso de las redes sociales, la imagen pública y la participación ciudadana. Esquivel (2017), describe el logro inédito de “El Bronco” de la manera siguiente:

Una innovación en la comunicación política, enlazando al emisor con receptor, fijando los mensajes en el cerebro y en el sentimiento de los electores, especialmente de los más jóvenes. Rompió con viejos paradigmas para instalarse a sus anchas en el poder de la información en las nuevas plataformas, al demostrar ser un ‘revolucionario’ electoral (párr. 7).

En las elecciones presidenciales de México, en el 2018, AMLO obtuvo la mayoría de los votos con una estrategia de comunicación basada en medios tradicionales y operando una campaña de desprestigio hacia los contrincantes en los espacios virtuales. Esteinou (2019) explica que la victoria de AMLO está basada en su habilidad de aprovechar dos situaciones: la primera, utilizar el hartazgo y la acumulación del descontento social contra “los mismos de siempre” para vender la promesa de campaña de ser “la esperanza de México”; y la segunda, por su hábil uso del ciberespacio, con un movimiento dinámico en el sistema de comunicación virtual que operó a través de las redes sociales. A pesar de la aparente brecha generacional con el uso de los medios digitales, durante su tercera contienda por la presidencia, AMLO supo adaptarse a las necesidades del consumidor, en este caso, del voto de la población más joven, coincidiendo con ellos en la

comunidad virtual, publicando mensajes efectivos y promoviendo sus propuestas de campaña.

Aunado a la tendencia de creación de contenido en redes sociales para la divulgación de información, en marzo del 2020 ocurrió el que se puede considerar el cambio social más revolucionario del siglo XXI, a partir de un problema de salud de dimensiones globales, cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) decretó como pandemia la enfermedad causada por el SARS-CoV-2, conocida como COVID-19. Esta situación paralizó al mundo, restringiendo todo acercamiento social, lo cual derivó en adaptaciones en todos los ámbitos, desde educativos, laborales, recreativos, hasta en la participación política y en la interacción de los votantes con los candidatos y el contenido generado por estos. A pesar de las restricciones sociales, los ciudadanos encontraron en las plataformas virtuales la oportunidad de reinsertarse en la vida pública de su país, generando una participación política digital dentro de sus derechos y obligaciones, sin la necesidad de asistir a mítines o reuniones políticas. Re (2014), menciona que:

Lo interesante es que ya no hace falta poner el cuerpo, las nuevas comunidades les permiten interactuar desde la comodidad de sus casas. Los espacios de participación, que en otro momento los ocuparon las asambleas barriales, las ONG y los movimientos piqueteros, son paulatinamente remplazados por fan Pages o Grupos de Facebook (p. 36).

De acuerdo con Rivera et al. (2021), las redes sociales se han especializado en el uso que realizan los ciudadanos y el ámbito político. Facebook es una red utilizada, habitualmente, como instrumento de movilización y creación de comunidades (Stier et al., 2018, citado en Rivera et al., 2021); mientras que X (antes conocido como Twitter) se ha caracterizado por ser un medio para difundir noticias, intercambiar opiniones y generar debates; por su parte, Instagram se ha concentrado en ser un medio dinámico y visual que comparte contenido fotográfico y audiovisual.

En pleno apogeo de la pandemia, el Instituto Nacional Electoral (INE) estableció recomendaciones para fomentar que el ciudadano se mantuviera informado y participara en las elecciones sin poner en riesgo la salud de los habitantes. Entre dichas recomendaciones se exhortó a los candidatos a priorizar los eventos virtuales sobre los presenciales (Institute for Democracy and Electoral Assistance, 2020); basado en ese criterio, se vivió un proceso electoral de marzo a junio de 2021, en el que se disputaron gubernaturas, alcaldías, diputaciones locales y federales en diferentes estados de la República Mexicana. El caso de Nuevo León resalta por dos acontecimientos: el primero, fue el único estado en ganar un Gobernador por el partido Movimiento Ciudadano; el segundo, el vencedor y actual Gobernador, Samuel García, inició la contienda electoral en cuarta posición (9.4% de la intención del voto) y terminó victorioso con el 36% de la votación (Castillo, 2021). Su triunfo, entre otros aspectos, se gestó en la difusión de sus ideas y propuestas de campaña a través de redes sociales, para las cuales generó contenido sencillo y atractivo

para los votantes que son usuarios activos de estas plataformas, principalmente, personas jóvenes.

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la influencia de las redes sociales en la participación política y el comportamiento electoral de los jóvenes durante las elecciones estatales de 2021 en el estado de Nuevo León, México, y cuantificar la satisfacción de los jóvenes en el uso de las redes sociales con fines políticos. De esta forma, las preguntas que guían este estudio son las siguientes:

PI1: ¿De qué manera el uso de redes sociales influye en la participación política de los jóvenes?

PI2: ¿Son las redes sociales un referente importante en sus decisiones electorales?

Elecciones 2021 en el Estado de Nuevo León

De acuerdo con el periódico *El Financiero* (2021), en Nuevo León se disputaron “una gubernatura, 26 diputaciones de mayoría relativa, 16 diputaciones de representación proporcional, 51 presidencias municipales y alcaldías, 77 sindicaturas y 449 regidurías” (párr. 2).

Tras seis años de que el estado de Nuevo León fuera dirigido por un gobernante apartidista, Jaime Rodríguez Calderón, conocido como “El Bronco”, el cargo de Gobernador sería relevado por un candidato afiliado a algún partido. Como se muestra en la *Tabla 1*, se registraron siete aspirantes.

Tabla 1.

Aspirantes a la gubernatura del estado de Nuevo León en 2021

| Candidato | Partido Político |
|----------------------|---|
| Adrián de la Garza | Partido Revolucionario Institucional (PRI) Partido de la Revolución Democrática (PRD) Movimiento Regeneración Nacional (Morena) |
| Clara Luz Flores | Partido del Trabajo (PT) Partido Verde Ecologista de México (PVEM) |
| Fernando Larrazábal | Partido Acción Nacional (PAN) |
| Samuel García | Movimiento Ciudadano (MC) |
| Carolina Garza | Partido Encuentro Solidarios (PES) |
| Daney Siller | Redes Sociales Progresistas (RSP) |
| Emilio Jaques Rivera | Fuerza Por México |

Nota. Elaboración propia a partir de *El Financiero* (2021).

Marco Teórico

Contexto de la situación

En la actualidad, la participación política de los jóvenes difiere de la estructura formal, vertical e ideológica características de los comités políticos juveniles o movimientos estudiantiles de hace varias décadas que buscaban alzar la voz ante hechos de desigualdad social o, en su caso, manifestar sus ideas de manera tajante; esta forma de manifestarse se modificó por la evolución tecnológica. Hoy, este tipo de movimientos continúan presentándose; sin embargo, ante los cambios sociales y tecnológicos, estas pueden considerarse, en algunos casos, como informales y horizontales. En este contexto, Internet se ha convertido en un punto de referencia utilizado por los jóvenes para exclamar sus ideas y para organizar movimientos sociales de manera recurrente; además, en algunos casos, son estos medios la principal referencia informativa para este sector de la sociedad. Respecto al uso de la red, Zumárraga-Espinosa et al. (2022), aseguran que

Internet origina un nuevo espacio a disposición de la ciudadanía para el despliegue de acciones políticas. Dicho espacio, además de permitir que muchas actividades offline puedan efectuarse de modo digital, también abre paso a un creciente repertorio de prácticas propias de la Internet y las redes sociales (p. 107).

De acuerdo con Varela Candia et al. (2015), también es posible que la participación política de los jóvenes sea motivada respecto al compromiso político o ideológico de sus padres, como una herencia o guía para primeros votantes. Por otro lado, Flanagan (2008) asegura que la participación e interacción en Internet y el acceso a información político-electoral ha desarrollado en los jóvenes personalidades políticas inclusivas y flexibles.

Internet y el flujo de información política

El uso de Internet ha incrementado el volumen de información por ser un medio que promueve la interacción, el debate y la opinión pública, lo cual ha despertado el interés de investigadores que buscan determinar si el internet impulsa la participación política e influye en la decisión electoral, a partir de las cuales han surgido dos posturas: una negativa y otra positiva.

La primera postura es desarrollada por Putnam (2000), en su libro *Bowling Alone*, quien sostiene que Internet no fomenta ni cambia la participación política. Incluso sugiere que este tendrá un efecto negativo en los usuarios, disminuyendo la intención electoral, argumentando que es un espacio recreativo para actividades que generen exclusivamente entretenimiento.

La postura positiva tiene dos variantes, la primera afirma que Internet fortalecerá a los que ya tienen interés y participan en temas políticos (Margolis & Resnick, 2000), sosteniendo que es una estrategia de reforzamiento, más que de atracción a nuevos públicos (Norris, 2001). En la segunda, Ward

et al. (2003) defienden que el uso de Internet trae consigo resultados positivos en la participación política, incitando a personas inactivas o sin interés político a ser partícipes en el ámbito electoral. Otros estudios, refuerzan lo anterior y agregan que Internet y las redes sociales son un factor de movilización en segmentos donde, generalmente, no eran activos políticamente, como los jóvenes (Quintelier & Vissers, 2008). Por su parte, Gibson et al. (2005) fortalecen esta teoría con un hallazgo en su investigación en el que indican que los usuarios que son sometidos a estímulos en las redes sociales tienen mayor probabilidad de interactuar con candidatos, partidos o temas políticos en general; estos estímulos pueden ser desde un contacto directo por parte del político hasta un contenido llamativo.

Investigaciones recientes han aportado información que ayuda a aclarar las posturas anteriores: Theocharis & Quintelier (2016) percibieron, de manera moderada, una relación positiva entre el uso de las redes sociales y la participación política-electoral, deduciendo que el acceso a Internet, y por ende, a las redes sociales, es equiparable a una genuina participación política. “Una nueva forma de participación ciudadana, y orientada al entretenimiento, se ha vehiculizado en Internet a partir de la red social Facebook” (Delfino et al., 2019, pp. 199-200), permitiendo el incremento de búsqueda de información política en el sector joven (McDonald, 2008).

De acuerdo con Delfino et al. (2019), existe una mayor posibilidad de que los jóvenes se mantengan informados y sean partícipes en la actividad política en un espacio digital que en las

prácticas convencionales de participación política. Por su parte, Borge et al. (2012) afirma lo siguiente:

Internet está teniendo un impacto sustancial en la implicación en política que va más allá del mero refuerzo de los perfiles ya existentes de participantes presenciales. Implica que nuevos tipos de participantes – internautas habilidosos carentes de motivación política– están comenzando a tomar parte en, al menos, una actividad online (p. 744).

Ser un usuario con habilidades digitales aumenta la probabilidad de participar políticamente en las redes sociales, en acciones como consumo de contenido, interacción con los candidatos o debates con otros usuarios, por mencionar algunas (Borge et al., 2012). En estas actividades alternativas que facilitan las nuevas formas de participación, la clave es “usar las redes sociales como un arma de movilización” (Reyero Simón et al., 2020, p. 209). El involucramiento e interacción con información de índole político y electoral a través de redes sociales o medios electrónicos es un aspecto que puede incidir de manera directa en que los usuarios participen en actividades físicas o presenciales; es decir, que exista una mayor disposición para este tipo de acciones. Rodríguez-Estrada et al. (2020), retoman estas ideas en la denominada hipótesis *gateway*, e indican al respecto que:

Una participación política online tiene influencia en la participación política

offline. Se establece que las personas pueden construir cualidades online que los lleven a un empoderamiento psicológico, lo que permite que puedan participar de manera más activa físicamente (offline) y se reporta que la participación online potencializa la participación política offline (p. 8).

Estas habilidades permiten ser parte del ciberespacio, donde se promueve y crea contenido, y al mismo tiempo, se es consumidor de información, conocido como *prosumidor* –término que surge de la integración de dos conceptos: productor y consumidor– (Sánchez Carrero & Contreras Pulido, 2012, p. 63).

Modelo de Mediación Comunicativa en Campaña

Esta investigación es fundamentada bajo el Modelo de Mediación Comunicativa en Campaña; “la importancia del modelo radica en la capacidad de analizar, desde varias aristas, la influencia de los medios de comunicación en el comportamiento político de los individuos, en la búsqueda de estabilidad y consolidación de la democracia” (Saldierna Salas et al., 2015, p. 153).

Este modelo, también conocido como *O-S-R-O-R*, proporciona teorías e investigaciones sobre campañas y conversaciones en las ciencias de la

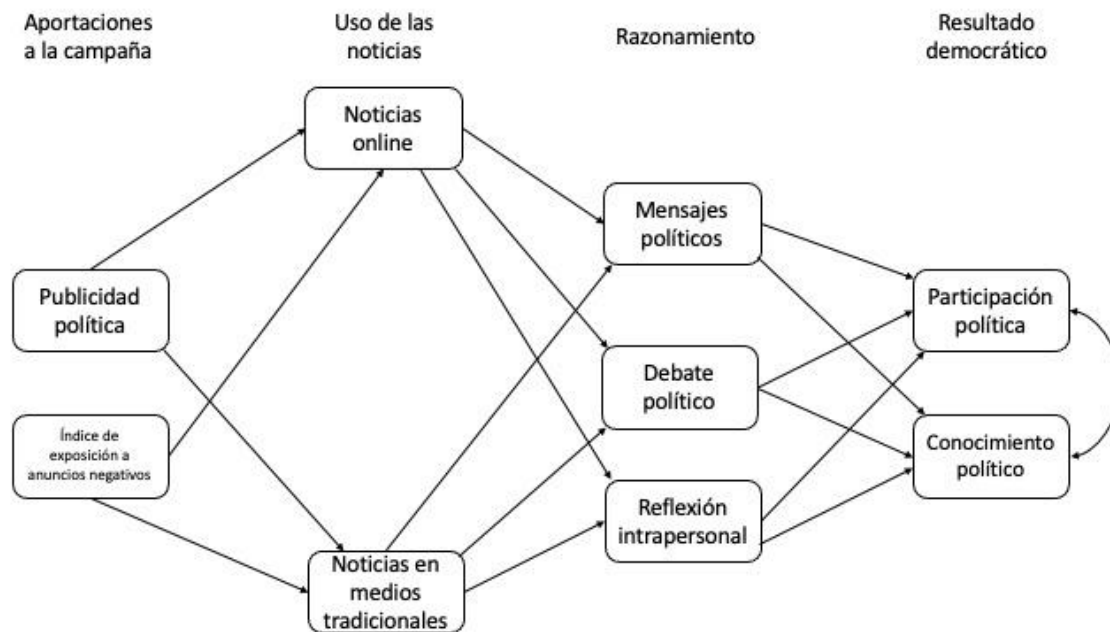
comunicación (Cho et al., 2009) y es una modificación y extensión del modelo *O-S-O-R* de efectos de comunicación de Markus & Zajonc (1985). El modelo *O-S-R-O-R* combina interacciones del modelo de la comunicación y de mediación cognitiva (Cho et al., 2009).

El modelo *O-S-R-O-R*, por sus siglas en inglés, se compone de la manera siguiente: orientaciones iniciales (O_1) -circunstancias personales del ciudadano que lo llevan a tener un interés político-; estímulo (S) se deriva del consumo de medios tradicionales y contenidos online; razonamiento (R_1), se genera a través de una conversación política cara a cara y/o de forma virtual; orientaciones posteriores (O_2) -criterio que media el efecto del consumo mediático (S) sobre la respuesta final-; (R_2) Respuesta final o comportamiento político (Cho et al., 2009; Muñiz & Corduneanu, 2014; Saldierna Salas et al., 2015).

El modelo se ha utilizado en el proceso de formación política en un segmento joven. A través de este se detectó “que la información recibida a través de los medios de comunicación, la discusión interpersonal tanto cara a cara como la virtual influye en los niveles de compromiso político y refuerza el interés y el conocimiento político” (Saldierna Salas et al., 2015, p. 153). El *O-S-R-O-R* se representa en la *Figura 1*.

Figura 1.

Modelo teórico de comunicación y participación en las campañas



Nota. Elaboración propia a partir de la traducción del trabajo de Cho et al., 2009.

Método

La presente investigación se realizó con una metodología de corte cuantitativo, desarrollando un análisis y estudio de la realidad objetiva (Cortez et al., 2018). De acuerdo con Hernández et al. (2014), el enfoque cuantitativo se caracteriza por “reflejar la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación” (p. 5), con un “método que permite la medición controlada de diversos aspectos específicos de la realidad” (Guerrero et al., 2018, p. 68).

Para el análisis de esta investigación, se adaptó un instrumento cuantitativo basado en

Barredo et al. (2015), para evaluar la percepción de los jóvenes sobre el rol de las redes sociales en el proceso electoral y se incluyeron ítems de acuerdo con el objetivo de estudio. Las variables consideradas por el autor se enfocan en el reconocimiento de las autoridades, recepción de información de campaña (boletines o propaganda), seguimiento de cuentas en medios electrónicos (redes sociales), interacción con los candidatos a través de redes sociales, decisión sobre el voto y percepción de las redes sociales, y su influencia en el voto. El instrumento se midió con base en una escala de Likert de cinco opciones: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indeciso, de acuerdo y totalmente de acuerdo.

En los resultados de la encuesta se obtuvo un coeficiente de confiabilidad de *Alpha de Cronbach* de 0.938 que, de acuerdo con Quero (2010), es aceptable. La aplicación se llevó a cabo mediante una encuesta, una de las herramientas más utilizadas para obtener datos de investigación a través de una serie de preguntas previamente estructuradas (Quispe, 2013); además, es un instrumento para obtener datos directamente de los sujetos de estudio considerados en la muestra (Blanco, 2011). La recolección de datos se llevó a cabo a través de la plataforma *Google Forms* y el análisis de los resultados se realizó mediante el paquete estadístico *SPSS*.

Descripción de los participantes

Para el presente trabajo se seleccionó como sujeto de estudio a jóvenes que residen en el estado de Nuevo León, estableciendo como requisito que fueran estudiantes universitarios, de ambos géneros, mayores de edad y que hayan votado en las elecciones de 2021 para gobernador de Nuevo León. La encuesta fue respondida por 112 personas quienes cumplieron con el requisito de ser estudiantes del nivel universitario; se consideró como segundo criterio de inclusión su participación en el último proceso electoral. De esta forma, se seleccionó una muestra entre los jóvenes que ejercieron su voto durante las elecciones para gobernador de Nuevo León en 2021; por lo tanto, la muestra final de acuerdo con los criterios para la inclusión en este estudio estuvo constituida por $N = 84$ participantes, de los cuales 66% fueron mujeres y 34% hombres.

El rango de edad de los participantes osciló entre 20 y 22 años ($M = 21.04$, $DE = 0.755$) y la mayoría (91.7%) se encuentra cursando entre el sexto y noveno semestre ($M = 7.25$, $DE = 1.7$) de una carrera universitaria.

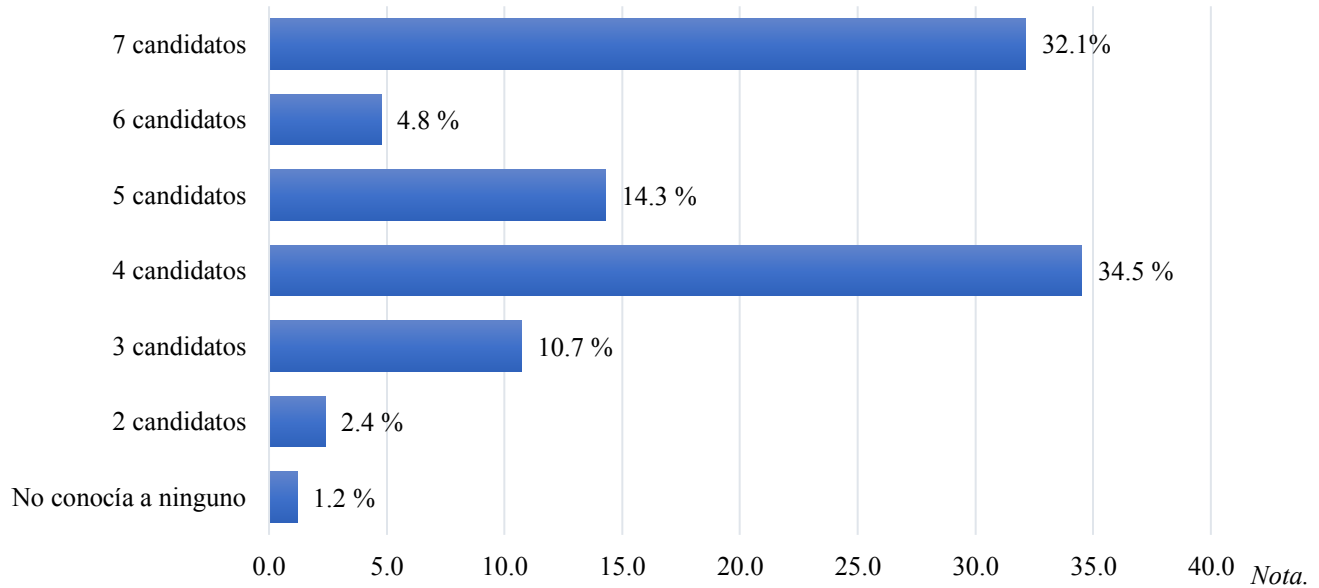
Resultados

Identificación de candidatos a la gubernatura

Como se mencionó, hubo siete contendientes a la gubernatura de Nuevo León, para determinar el previo conocimiento de los candidatos durante la elección del 2021, se les cuestionó a los participantes, ¿a cuántos de ellos identificaban? Como se observa en la *Figura 2*, 34.5% afirmó que conocían a cuatro candidatos, seguido de 32.1% con el conocimiento de los siete contendientes, 33.4% restante está dividido entre las diferentes opciones. Por lo tanto, la tercera parte de los encuestados se interesó en conocer a todos los contendientes, y más de la mitad, tenía conocimiento, por lo menos, de los cuatro candidatos de los partidos políticos más populares. Adicionalmente, en la *Figura 3* se muestra el conocimiento de los candidatos por género, donde el total de hombres conocía por lo menos a dos contendientes, y casi la mitad de ellos (el 44.8%) tenía conocimiento de los siete candidatos; por su parte, el 36.4% del género femenino conocía a cuatro candidatos y el 25.5% a todos los aspirantes a la gubernatura.

Figura 2.

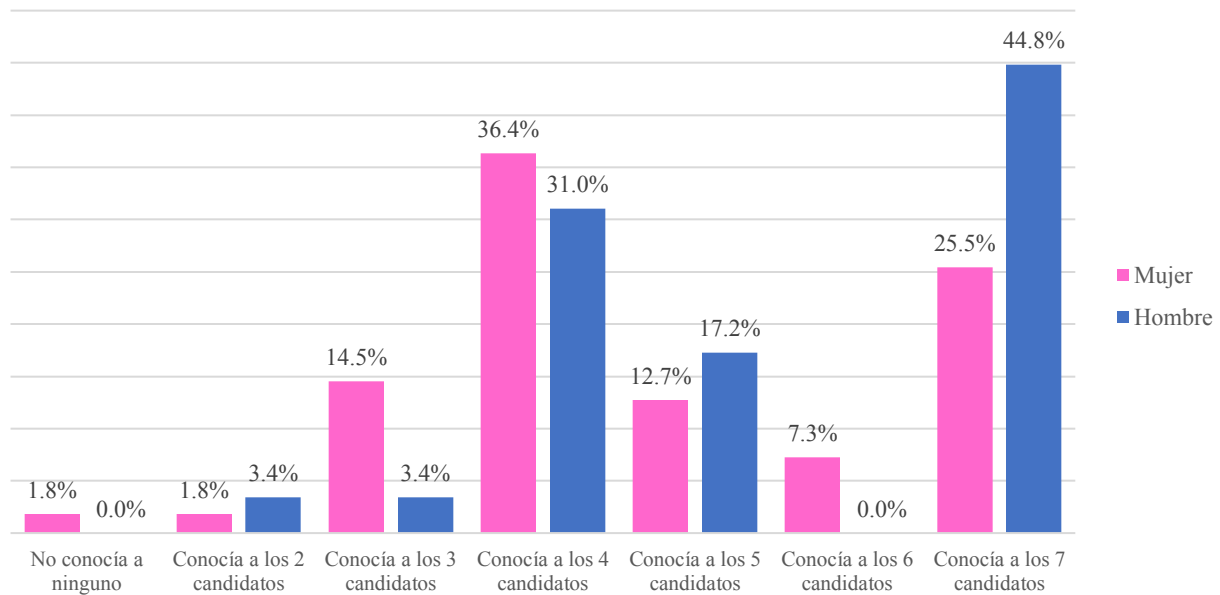
Conocimiento de los candidatos a Gobernador de Nuevo León durante las elecciones de 2021



Nota. Los candidatos a Gobernador de Nuevo León en el proceso electoral de 2021 se encuentran en la *Tabla 1*.

Figura 3.

Conocimiento de los candidatos a Gobernador de Nuevo León durante las elecciones de 2021 por género



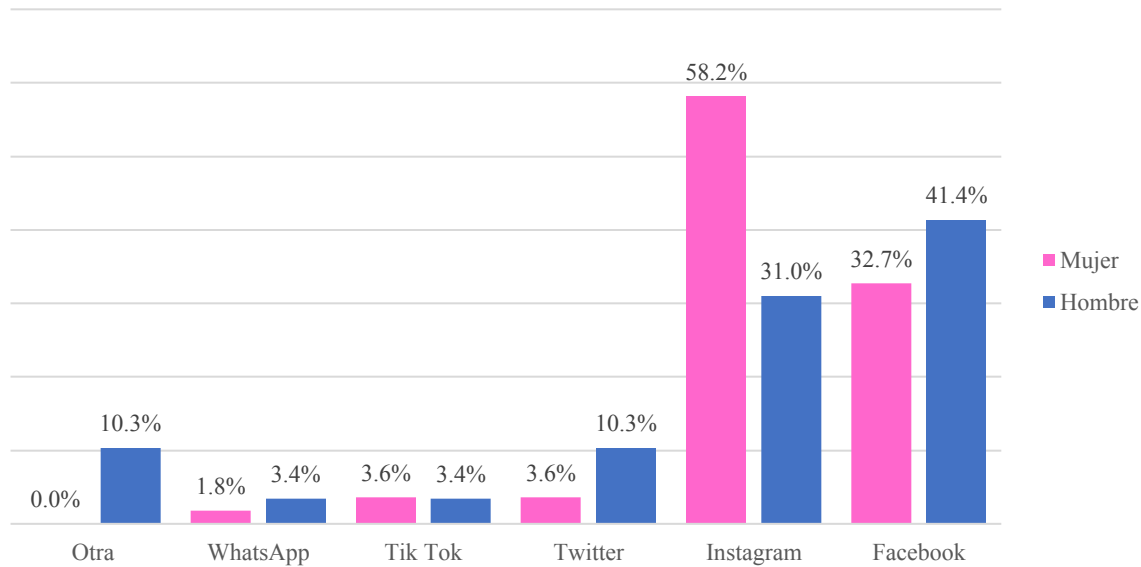
Las redes sociales durante las campañas políticas y su influencia en el voto

De acuerdo con Barredo et al. (2015), las redes sociales son una extensión del espacio público político, la participación en estos medios se intensificó gracias a la pandemia, situación que incidió de manera directa en la forma en la que se divulgaron contenidos políticos y electorales durante esta época. El 48.8% de los participantes identifica a Instagram como la red social más utilizada durante la

época electoral de 2021, seguido de Facebook (35.7%). El resto se divide en TikTok (3.6%), WhatsApp (2.4%) y X –antes Twitter– (2.6%), determinando que el segmento joven prefiere contenidos visuales cortos y dinámicos, como los que suelen generarse en muchas ocasiones para estas plataformas. Con lo que respecta a los resultados por género que se muestran en la *Figura 4*, que tanto hombres como mujeres prefirieron Instagram y Facebook.

Figura 4.

Red social que utilizó durante la época electoral de 2021 por género



De acuerdo con los participantes, la información y contenido político que circuló en las redes sociales durante las elecciones de 2021 fue tan importante como cualquier otro medio de comunicación, en otras palabras, 45.2% afirma utilizar las redes sociales como un medio en el que pueden obtener información viable como cualquier otro medio

tradicional; 27.4% de los participantes asegura que los espacios virtuales fueron su principal fuente de información, por lo tanto, es posible concluir que más del 70% de los estudiantes consideró el contenido de los medios digitales como uno de los aspectos para su decisión electoral.

En la *Tabla 2* se observa el resultado porcentual de la percepción de los estudiantes universitarios sobre el rol de las redes sociales y su uso durante las elecciones de 2021 en el estado de Nuevo León. Además, refleja la inclinación negativa,

positiva y neutral, respecto al ítem analizado. En la columna negativa se suma el porcentaje obtenido de las opciones: totalmente en desacuerdo y en desacuerdo; y en la columna positiva, se suman las respuestas de totalmente de acuerdo y de acuerdo.

Tabla 2.

Percepción de las redes sociales durante campañas políticas en el Estado de Nuevo León, México

| Ítems | Negativa | Indeciso | Positiva |
|--|----------|----------|----------|
| Las redes sociales contribuyeron a ampliar el debate entre candidatos/as | 42.2% | 4.8% | 53.0% |
| Las redes sociales son medios para distribuir propaganda política | 41.6% | 4.8% | 53.6% |
| Las redes sociales me permiten conocer mejor a los/as candidatos/as | 38.6% | 9.6% | 51.8% |
| Las redes sociales conectan a los/as candidatos/as con los ciudadanos/as | 40.5% | 6.0% | 53.5% |
| Las redes sociales son medios para difundir ataques y/o campañas de desprestigio | 45.7% | 7.2% | 47.0% |
| Las redes sociales me permiten interactuar con otros usuarios sobre propuestas, ideologías, partidos y/o candidatos/as | 43.4% | 4.8% | 51.8% |
| Las redes sociales son medios que acceden a información que no circula por otros medios sobre los/as Candidatos/as | 40.5% | 6.0% | 53.6% |
| Las redes sociales son medios que me mantienen informado sobre el proceso electoral, propuestas y candidatos/as | 41.5% | 4.9% | 53.7% |
| Sirven para burlarse y ridiculizar a los/as candidatos/as | 39.3% | 14.3% | 46.5% |
| Sirven para conocer a los/as candidatos/as y sus propuestas | 26.2% | 2.4% | 71.4% |
| Son espacios que no son de un alto nivel de debate, por lo general terminan en insultos y desprestigio | 21.4% | 23.8% | 54.7% |
| Son espacios donde se analiza a profundidad los debates y propuestas | 36.9% | 23.8% | 39.2% |
| Sirven para activar a seguidores de los mismos candidatos | 24.1% | 13.3% | 62.7% |
| Circula otra información que no está en otros medios, pero tampoco hay forma de verificarla | 25.0% | 10.7% | 64.3% |
| Son espacios que generan campañas sucias por medio de perfiles falsos (<i>bots</i>) | 19.0% | 14.3% | 66.7% |
| Medios que sirven para atacar, agredir y desinformar a la gente | 28.6% | 10.7% | 60.7% |
| Considero que se debería restringir a los candidatos el uso de las redes sociales | 41.0% | 27.7% | 31.3% |
| Gran herramienta para tomar decisiones electorales | 36.9% | 26.2% | 36.9% |

Nota. Elaboración propia a partir del instrumento de Barredo et al. (2015).

En una opinión dividida, 53% de los estudiantes (31.3% de acuerdo y 21.7% totalmente de acuerdo) afirma que las redes sociales contribuyeron a ampliar

el debate entre los candidatos, mientras que 42.2% (15.7% en desacuerdo y 26.5% totalmente en desacuerdo) no coincide con esta afirmación.

El 53.6% de los participantes contesta de manera positiva (23.8% de acuerdo y 29.8% totalmente de acuerdo) en referencia al ítem: las redes sociales son medios para distribuir propaganda política. Por otro lado, 41.6% rechaza esta idea (7.1% en desacuerdo y 34.5% totalmente en desacuerdo).

Se les preguntó a los participantes si las redes sociales permiten conocer mejor a los candidatos. 51.8% respondió de manera positiva (24.1% de acuerdo y 27.7% totalmente de acuerdo) y 38.6% de manera negativa (16.9% en desacuerdo y 21.7% totalmente en desacuerdo).

El 53.5% de los participantes afirma que las redes sociales conectan a los candidatos con los ciudadanos (34.5% totalmente de acuerdo y 19% de acuerdo), por otro lado, 40.5% no comparte la idea (22.6% totalmente en desacuerdo y 17.9% en desacuerdo).

El 47% de los participantes afirma que las redes sociales son medios para difundir ataques y/o campañas de desprestigio (28.9% totalmente de acuerdo y 18.1% de acuerdo); mientras que el 45.7% (12% en desacuerdo y 33.7% totalmente en desacuerdo) niega que los medios digitales sean para desacreditar a alguien.

Más de la mitad de los participantes (51.8%) afirman que las redes sociales les permiten interactuar con otros usuarios sobre propuestas, ideologías, partidos y/o candidatos (27.7% de acuerdo y 24.1% totalmente de acuerdo); mientras que el 43.4% de los jóvenes no considera factible la interacción entre usuarios para temas políticos (14.5% en desacuerdo y 28.9% totalmente en desacuerdo).

El 53.6% de los estudiantes universitarios respondió de manera positiva al ítem: las redes sociales son medios que acceden a información que no circula por otros medios sobre los candidatos (22.6% de acuerdo y 31% totalmente de acuerdo); y 40.5% de los participantes rechaza la idea (13.1% en desacuerdo y 27.4% totalmente en desacuerdo).

Se cuestionó si las redes sociales sirven para burlarse y ridiculizar a los candidatos, 46.4% de los participantes respondió de manera positiva (31% de acuerdo y 15.5% totalmente de acuerdo); y 39.3% contestó de manera negativa (22.6% en desacuerdo y 16.7% totalmente en desacuerdo).

El 71.4% de los encuestados afirma que las redes sociales sirven para conocer a los candidatos y sus propuestas (44% de acuerdo y 27.4% totalmente de acuerdo); mientras que el 26.2% contestó de manera negativa (8.3% en desacuerdo y 17.9% totalmente en desacuerdo).

En referencia al ítem: las redes sociales son espacios que no son de un alto nivel de debate, por lo general terminan en insultos y desprestigio, más de la mitad de los participantes (54.8%) contestó positivamente (35.7% de acuerdo y 19% totalmente de acuerdo); 23.8% de los encuestados declaró estar indeciso con esta afirmación y 21.4% no coincide con este ítem (8.3% en desacuerdo y 13.1% totalmente en desacuerdo).

A la pregunta: las redes sociales son espacios donde se analiza a profundidad los debates y propuestas, 39.3% contestó de manera positiva (32.1% de acuerdo y 7.1% totalmente de acuerdo); 36.9% no coincide con la declaración (22.6% en

desacuerdo y 14.3% totalmente en desacuerdo); y 23.8% se manifiesta indeciso.

Se preguntó si: las redes sociales sirven para activar a seguidores de los mismos candidatos; 62.7% afirma el cuestionamiento (47% de acuerdo y 15.7% totalmente de acuerdo); pero 24.1% respondió de manera negativa (6% en desacuerdo y 18.1% totalmente en desacuerdo).

A la pregunta: en las redes sociales circula otra información que no está en otros medios, pero tampoco hay forma de verificarla, 64.3% de los participantes opina positivamente (38.1% de acuerdo y 26.2% totalmente de acuerdo); mientras que 25% no concuerda con el ítem (7.1% en desacuerdo y 17.9% totalmente en desacuerdo).

A la pregunta: las redes sociales son espacios que generan campañas sucias por medio de perfiles falsos (*bots*), 66.7% de los participantes respondió positivamente (40.5% de acuerdo y 26.2% totalmente de acuerdo); el 19% opina de manera negativa y el 14.3% se manifestó indeciso.

El 60.7% de los participantes afirma que las redes sociales son medios que sirven para atacar, agredir y desinformar a la gente (36.9% de acuerdo y 23.8% totalmente de acuerdo); y 28.6% no coincide con este ítem (13.1% en desacuerdo y 15.5% totalmente en desacuerdo).

A la pregunta: considero que se le debería restringir a los candidatos el uso de las redes sociales, 41% de los participantes opina negativamente (22.9% en desacuerdo y 18.1% totalmente en desacuerdo); 31.3% considera viable la restricción

(21.7% de acuerdo y 9.6% totalmente de acuerdo) y 27.7% se manifestó indeciso.

Influencia de las redes sociales en la intención del voto

Al analizar el ítem que hace referencia a si las redes sociales representan una herramienta para la toma de decisiones en materia electoral, 36.9% de los participantes, es decir, 4 de cada 10, manifestó una tendencia positiva. Mientras que 26.2%, 3 de cada 10, se encuentra indeciso respecto a si las redes sociales son o no una herramienta para definir el voto electoral. Por otro lado, 36.9% tuvo una inclinación negativa. En la *Figura 5* se muestran los resultados por género y aunque la mayoría de los participantes son del género femenino, los resultados fueron similares mostrando una percepción indecisa si las redes sociales fueron una gran herramienta para tomar decisiones electorales en el 2021.

Los resultados con respecto a la percepción de los participantes si el voto fue influido por la información y contenido que circulaba en las redes sociales mostraron indecisos 45.2%, mientras el resto de los participantes tuvieron la misma percepción tanto en respuesta a favor (27.4%) y en contra (27.4%). Los resultados por género presentaron un comportamiento similar, mostrándose indeciso si su voto fue influido por las redes sociales y su contenido e información, pero con lo que respecta al sexo masculino se observa una mayor respuesta negativa (34.5%) con respecto a las mujeres, siendo estas las que representan un 66% del total de los participantes.

Figura 5.

Redes sociales como una gran herramienta para tomar decisiones electorales del 2021, resultados de la percepción por género

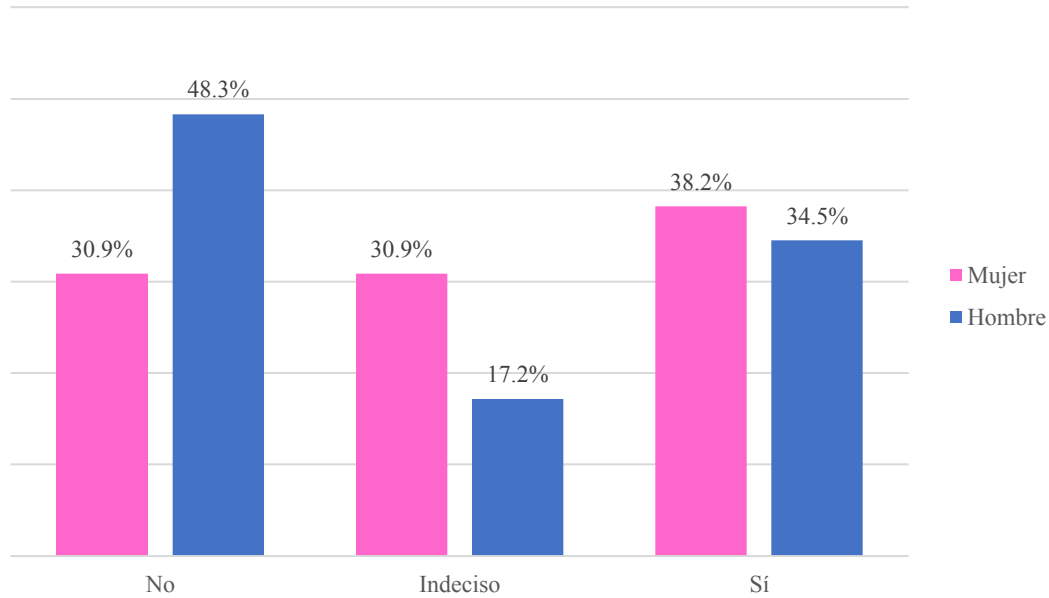
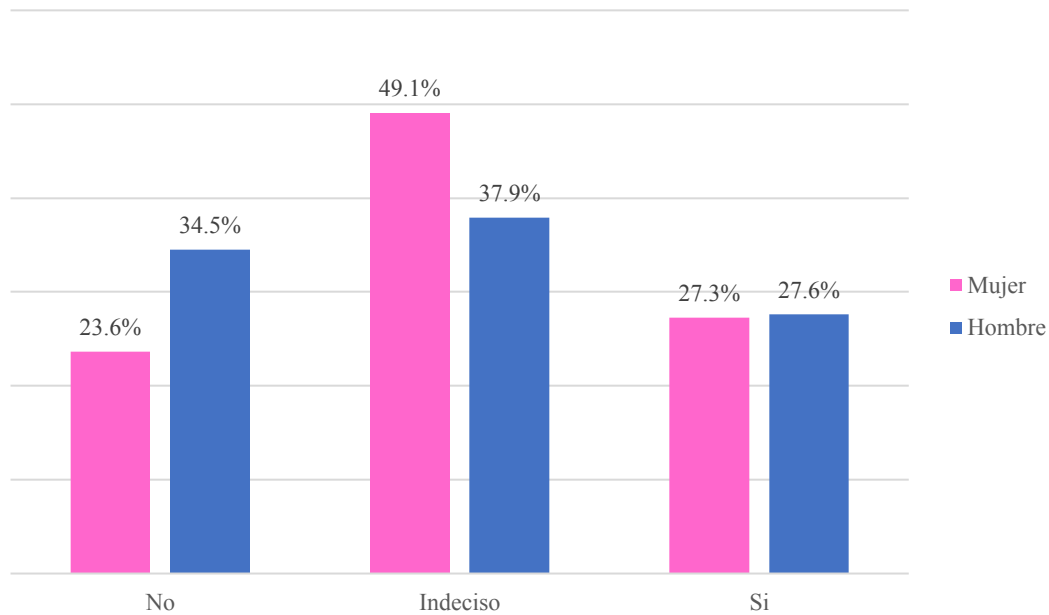


Figura 6.

Percepción si el voto fue influido por la información y contenido que circulaba en las redes sociales durante las elecciones del 2021 por género



Conclusiones

Con base en los resultados obtenidos, se concluye en cuatro aspectos que se desglosan a continuación: primero, los jóvenes confirman el uso de las redes sociales como su medio de comunicación principal, demostrando su notable presencia en los espacios virtuales, además, confirman que son el medio a través del cual se informan sobre cualquier tema, incluyendo el político; más del 65% ve a las redes sociales como un espacio confiable para mantenerse informados.

Segundo, la red social más utilizada en este segmento es Instagram ya que los jóvenes prefieren contenido audiovisual corto y dinámico; el uso de Facebook en los sectores jóvenes va en decadencia, y aunque poco más de la tercera parte afirma utilizarlo, se percibe que no es la favorita. Una de las áreas de oportunidad para estudios futuros es analizar la presencia de la generación de *boomers* (personas con 50 años o más) que consideran Facebook como su espacio virtual predilecto y como su medio digital principal; de acuerdo a una investigación de la empresa de estudios de mercado eMarketer “Facebook crecerá en cuanto al número total de personas que utiliza su plataforma, pero lo hará sirviéndose de generaciones mayores” (*El Telégrafo*, 2018, párr. 9), aspecto que ha forzado a las generaciones más jóvenes a migrar a otras plataformas, “Facebook está perdiendo a los usuarios jóvenes, incluso a un ritmo más grande de lo esperado” (*El Telégrafo*, 2018, párr. 2).

Tercero, los participantes están de acuerdo en que las redes sociales sean un espacio donde se distribuya publicidad política, permitiéndoles interactuar bidireccionalmente con los candidatos, conectando con ellos de manera rápida y fácil, estas acciones afirman que las redes sociales son un facilitador de la participación política, ya que el uso de estos espacios origina en los cibernautas confianza y eficacia, motivando a los usuarios a ser partícipes en los temas políticos (Wang, 2007). Por otro lado, no están de acuerdo en que sea un espacio para difamar, desprestigiar o confundir. Incluso, no están de acuerdo con restringir a los candidatos el uso de las redes sociales; es decir, estos deben usarlas de manera libre como un medio que facilita el acercamiento de sus ideas a los posibles votantes. La presencia del político en redes es aceptada por los jóvenes, y será tarea del político, así como de su equipo de comunicación y estrategia digital, captar la atención y mantener la aceptación del segmento en estos espacios.

Cuarto, los resultados permiten concluir que los participantes conocieron a los candidatos para gobernador de Nuevo León y sus propuestas en alguna red social; además, afirman que en los espacios virtuales circula información que no se encuentra en otros medios, sin embargo, no tienen el hábito de contrastarla o verificarla. Los datos encontrados indican que, entre otros factores, la decisión electoral se basó en dos aspectos: el primero de estos es que una tercera parte de los encuestados afirmó que las redes sociales influyeron en su participación electoral, en coincidencia con la hipótesis *gateway* (Rodríguez-Estrada et al., 2020, p.

8). Mientras que el segundo aspecto indica que otro 30% se informa en redes, pero también se nutren de información de otras fuentes, como se observa en el modelo teórico de comunicación y participación en las campañas (*Figura 1*); este reforzamiento informativo puede ser a través de medios tradicionales, lo que lleva a un *razonamiento* (mensaje político, debate político y reflexión intrapersonal) y que su *resultado democrático* es la participación y/o conocimiento político.

Si los jóvenes experimentaron su primer proceso electoral y consideraron como su única fuente de información política a las redes sociales, existe la posibilidad de que sus decisiones se vieran influenciadas por las opiniones de los miembros de su familia o de su círculo cercano (amistades o conocidos). De manera cada vez más frecuente, las mismas redes sociales se han convertido en un espacio donde se puede interactuar e intercambiar información con otros usuarios (conocidos o no), lo cual puede tener una incidencia en las opiniones electorales; por otro lado, los debates y discusiones que se pueden presentar con familiares o conocidos también tienen una repercusión en la perspectiva electoral y en el proceso de *razonamiento* de los jóvenes.

Los resultados con respecto a si el voto de los participantes fue incitado por las redes sociales o por

algún otro factor, en los que se mostró que la mayoría se encuentran indecisos, es un área de oportunidad para que los políticos y los especialistas en comunicación política digital puedan buscar seguir cautivando, con estrategias bien definidas, a ese porcentaje que ya está inmerso en los espacios virtuales; así podrán decidir con un contexto previo, más conciencia y experiencia en participación política, como también mayor acceso a información y un pensamiento más crítico. Por otro lado, para los participantes que aún se muestran indecisos y para los que negaron basar su decisión electoral en la información de redes sociales, es necesario la creación de estrategias específicas para que en el proceso electoral de 2024 puedan involucrarse con mayor conocimiento y respaldo para sus decisiones.

Se recomienda realizar un estudio con una muestra más amplia de jóvenes universitarios así como otros estudios similares en el segmento de edad de 30 a 60 años, a fin de conocer la influencia de las redes sociales en la participación política y la decisión electoral, ya que es la población que durante su participación electoral votó con información e influencia de medios tradicionales y contextos políticos, familiares y reconocidos por ellos; además, de que están en una brecha generacional que si bien conviven con las redes sociales, no son nativos digitales.

Referencias bibliográficas

Abdullah, N., Hassan, I., Tuan-Zaki, T., Fazil-Ahmed, M., Hassan, N., Mohd-Zahari, A., Ismail, M., & Azmi, N. (2022). Estudio de los factores que afectan el comportamiento de búsqueda de información política a

- través de las redes sociales entre jóvenes en Malasia. *Revista de Comunicación de La SEECI*, 55, 1–15. <https://doi.org/http://doi.org/10.15198/seeci.2022.e746>
- Barredo, D., Rivera, J., & Amézquita, A. (2015). La influencia de las redes sociales en la intención de voto. Una encuesta a partir de las elecciones municipales en Ecuador 2014. *Quórum Académico*, 12(1), 136–154. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5304980>
- Beveridge, C. (2022, March 28). 150+ estadísticas de redes sociales relevantes para tu negocio en 2022. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/#generales>
- Blanco, C. (2011). *Encuesta y estadística: modelos de investigación cuantitativa en Ciencias Sociales y Comunicación*. Brujas. <http://104.207.147.154:8080/handle/54000/1319>
- Borge, R., Cardenal, A. S., & Malpica, C. (2012). El impacto de Internet en la participación política: Revisando el papel del interés político. *Arbor*, 188(756), 733–750. <https://doi.org/10.3989/arbor.2012.756n4008>
- Castillo, L. (2021, August 4). *Del #FosfoFosfo a Gobernador, el poder del marketing en campañas electorales*. Canvas Play. <https://canvasplay.org/del-fosfosfosfo-a-gobernador-el-poder-del-marketing-en-campanas-electorales/>
- Cho, J., Shah, D. V., McLeod, J. M., McLeod, D. M., Scholl, R. M., & Gotlieb, M. R. (2009). Campaigns, Reflection, and Deliberation: Advancing an O-S-R-O-R Model of Communication Effects. *Communication Theory*, 19(1), 66–88. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.01333.x>
- Cortez, L., Escudero, C., & Cajas, M. (2018). Introducción a la investigación científica. In C. Escudero & L. Cortez (Eds.), *En Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica* (pp. 12–25). Editorial UTMACH.
- Delfino, G., Beramendi, M., & Zubieta, E. (2019). Participación social y política en Internet y brecha generacional. *Revista de Psicología*, 37(1), 195–216. <https://doi.org/10.18800/psico.201901.007>
- El Financiero*. (2021, May 25). Ellos son los candidatos a la gubernatura de Nuevo León para las elecciones 2021. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2021/2021/05/25/ellos-son-los-candidatos-a-la-gubernatura-de-nuevo-leon-para-las-elecciones-2021/>
- El Telégrafo*. (2018, February 19). Cada vez más jóvenes migran a Instagram. *El Telégrafo. El Decano Digital*. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/tecnologia/6/cada-vez-mas-jovenes-migran-a-instagram>
- Esquivel, J. (2017). “El Bronco” y las redes sociales. *Revista Mexicana de Comunicación*, 1(140). <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2017/06/22/el-bronco-y-las-redes-sociales/>
- Esteinou, J. (2019). Las elecciones de 2018 y el triunfo de AMLO/Morena. *Argumentos. Estudios Críticos de La Sociedad*, 89, 13–28. <https://argumentos.xoc.uam.mx/index.php/argumentos/article/view/1052>
- Fernández, R. (2022, July 18). *Ranking mundial de redes sociales por número de usuarios en 2022*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de->

usuarios/#:~:text=Facebook%20encabezaba%20de%20nuevo%20en,red%20social%20ha%20sido%20i
mparable.

- Flanagan, C. A. (2008). Private anxieties and public hopes: The perils and promise of youth in the context of globalization. In J. Cole & D. Durham (Eds.), *Figuring the future: Children, youth, and globalization* (pp. 125–150). SAR Press.
- Gibson, R., Lusoli, W., & Ward, S. (2005). Online participation in the UK: Testing a ‘Contextualised’ Model of Internet Effects. *British Journal of Politics and International Relations*, 7, 561–583. <https://doi.org/10.1111/j.1467-856x.2005.00209.x>
- Guerrero, J., Cortez, L., & Carchi, C. (2018). Características comunes a las diversas modalidades de investigación de corte cualitativo y sus diferencias con las de tipo cuantitativo. In C. Escudero & L. Cortez (Eds.), *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica* (pp. 57–71). Editorial UTMACH.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta edición). McGraw-Hill.
- Institute for Democracy and Electoral Assistance. (2020, March 23). *Panorama global del impacto del COVID-19 en las elecciones*. IDEA. <https://www.idea.int/es/news-media/multimedia-reports/panorama-global-del-impacto-del-covid-19-en-las-elecciones>
- Margolis, M., & Resnick, D. (2000). *Politics as Usual: The “Cyberspace Revolution.”* Sage Publications.
- Markus, H., & Zajonc, R. (1985). The cognitive perspective in social psychology. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (3rd ed., pp. 137–230). Random House.
- McDonald, J. (2008). The benefits of society online: civic engagement. In K. Mossberger, C. J. Tolbert, & R. S. McNeal (Eds.), *Digital citizenship: The Internet, society, and participation* (pp. 47–66). MIT Press.
- Muñiz, C., & Corduneanu, V. I. (2014). El papel mediador de la conversación política en la generación de participación política: evidencias desde una perspectiva generacional comparativa. In G. Meixueiro, & A. Moreno (Eds.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012* (pp. 201–228). <http://bit.ly/3SrXEeD>
- Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty and the Internet worldwide*. Cambridge University Press.
- Ortiz, A., González, E., & Martin, B. (2021). *La influencia de las redes sociales en la campaña política de Trump en las elecciones del 2016* [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/34555>
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone*. Simon and Schuster.
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 12(2), 248–252. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>

- Quintelier, E., & Vissers, S. (2008). The effect of Internet use on political participation. An analysis of survey results for 16-year-olds in Belgium. *Social Science Computer Review*, 26, 411–427. <https://doi.org/10.1177/0894439307312631>
- Quispe, A. (2013). *El uso de la encuesta en las ciencias sociales* (Primera edición). Ediciones Díaz Santos. <https://bit.ly/3S72Lji>
- Re, F. A. (2014). La política transmediática: Nuevas formas de participación ciudadana. *La Trama de La Comunicación*, 18(1), 33–51. <https://bit.ly/3S95xnZ>
- Reyero Simón, L., Cordero Verdugo, R. R., & Vargas Delgado, J. J. (2020). La Investigación Acción Participativa (IAP) en el marketing político 3.0. La inteligencia emocional intrapersonal e interpersonal en el caso de Podemos y Ciudadanos. *Revista de Ciencias Sociales*, 167, 207–226. <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i167.42991>
- Rivera, J., Lagares, N., Pereira, M., & Jaráiz, E. (2021). Relación entre diversos usos de las redes sociales, emociones y voto en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 73–98. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1518>
- Rodríguez-Estrada, A., Muñoz, C., & Echeverría, M. (2020). Relación de la participación política online y offline en el contexto de campañas subnacionales. *Cuadernos.Info*, (46), 1–21. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1712>
- Saldierna Salas, A. R., Marañón, F. de J., & Muñoz, C. (2015). El papel de la comunicación en la generación de interés y conocimiento político entre los preciudadanos: aplicación del Modelo O-S-R-O-R al caso mexicano. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 19, 147–166. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.03.003>
- Sánchez Carrero, J., & Contreras Pulido, P. (2012). De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. *Revista Icono14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 10(3). <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.210>
- Sumida, N., Walker, M., & Mitchell, A. (2019, April 23). The role of social media in news. *Pew Research Center*. <https://pewrsr.ch/4b3ZTfB>
- Theocharis, Y., & Quintelier, E. (2016). Stimulating citizenship or expanding entertainment? The effect of Facebook on adolescent participation. *New Media & Society*, 18(5), 817–836. <https://doi.org/10.1177/1461444814549006>
- Varela Candia, E., Martínez Guzmán, M. L., & Cumsille Eltit, P. (2015). ¿Es la participación política convencional un indicador del compromiso cívico de los jóvenes? *Universitas Psychologica*, 14(2), 731. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-2.eppc>
- Wang, S.-I. (2007). Political use of the Internet, political attitudes and political participation. *Asian Journal of Communication*, 17(4), 381–395. <https://doi.org/10.1080/01292980701636993>

- Ward, S., Gibson, R., & Lusoli, W. (2003). Participation and mobilization online: Hype, hope and reality. *Parliamentary Affairs*, 56, 652–668. <https://doi.org/10.1093/pa/gsg108>
- Yolbulan, E., Ayper, T., & Akyüz, S. (2014). The role of social media in political marketing: 2014 Local elections of Turkey. *European Journal of Business and Management*, 6(22), 132–140. <https://core.ac.uk/download/pdf/234625703.pdf>
- Zumárraga-Espinosa, M., Reyes-Valenzuela, C., & Carofilis-Cedeño, C. (2022). Dimensiones de la participación política offline y online: factores de primer y segundo orden. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 67(245), 105–139. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2022.245.69646>

DOI: <https://doi.org/10.29105/gmjmx21.40-524>


Artículos

LOS MEMES EN FACEBOOK COMO RESPUESTA CIUDADANA A LA CRISIS DE VIOLENCIA EN GUERRERO

THE MEMES ON FACEBOOK AS A CITIZEN RESPONSE TO THE VIOLENCE CRISIS IN GUERRERO


Denia May Sánchez Rivera

Universidad Autónoma de Guerrero, México

 <https://orcid.org/0000-0001-6731-5910>

Agustín Molina Gama

Universidad Autónoma de Guerrero, México

 <https://orcid.org/0009-0004-8502-0357>


Dulce María Quintero Romero

Universidad Autónoma de Guerrero, México

 <https://orcid.org/0000-0001-8473-5263>

Lidio Edson Sánchez Rivera

Universidad Autónoma de Guerrero, México

 <https://orcid.org/0009-0003-9047-7303>

Autora para correspondencia: Denia May Sánchez Rivera, email: deniamay@gmail.com

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar la representación de la violencia en los memes creados y compartidos en Facebook en el marco de los ataques armados ocurridos contra transportistas del 8 al 11 julio de 2023 en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero, México. Tales eventos paralizaron la ciudad y generaron un clima de terror que llevó al cierre de escuelas y negocios, además del autoconfinamiento de la población. Estos contenidos, más allá del sentido humorístico que se les atribuye, actúan como un espacio semiótico que puede visibilizar la violencia regional y sus problemáticas asociadas como la corrupción, impunidad e ingobernabilidad. Se retoma el análisis del discurso como perspectiva teórico-metodológica desde un enfoque multimodal y con un corpus integrado por diez imágenes estáticas que proliferaron en esta red social durante dicho periodo, lo cual permitió conocer cómo se construyeron los sentidos, así como los elementos destacados en cada uno de estos materiales durante un momento de crisis como el experimentado en este territorio. Estos hallazgos permiten dar cuenta del uso de los memes como una forma de protesta y expresión de descontento, ayudando también a comprender la influencia de la violencia en el contexto político y social de Chilpancingo.

Palabras clave: violencia, memes, política, Facebook, análisis del discurso.

Abstract

The target of this work is to analyze the representation of violence in memes created and shared on Facebook in the context of the armed attacks against transporters that occurred from July 8 to 11, 2023, in the city of Chilpancingo, Guerrero, Mexico. Such events paralyzed the city and created a climate of terror, leading to the closure of schools and businesses, as well as the self-confinement of the population. These contents, beyond the humorous sense attributed to them, act as a semiotic space that can make visible the regional violence and its associated problems, such as corruption, impunity, and ungovernability. Discourse analysis is revisited as a theoretical-methodological perspective from a multimodal approach, with a corpus consisting of ten static images that proliferated on this social network during that period. This allowed an understanding of how meanings were constructed, as well as the prominent elements in each of these materials during a moment of crisis like the one experienced in this territory. These findings account for the use of memes as a form of protest and expression of discontent, also helping to understand the influence of violence in the political and social context of Chilpancingo.

Keywords: violence, memes, politics, Facebook, discourse analysis.

Recibido: 10/10/2023

Aceptado: 20/01/2024

Introducción

El desplazamiento mediático hacia lo digital durante los últimos años ha provocado una reconfiguración de las prácticas cotidianas. De esta manera, se ha posibilitado la generación de espacios de interacción, debate y construcción de significados que repercuten en los diversos ámbitos sociales. La comunicación política, por ejemplo, ha tenido que adaptar sus dinámicas a los nuevos medios y con ello, pasar de un modelo restringido para sus actores a otro más complejo que apertura la posibilidad de una mayor participación ciudadana en la toma de decisiones.

Internet y la variedad de plataformas, páginas web, aplicaciones y redes sociales que oferta en la actualidad, “les han quitado la última palabra a los grandes consorcios de la comunicación y se han convertido en instrumentos competidores para insertar discursos distintos en la agenda pública” (Rovira, 2017, p. 90). De acuerdo con Van Dijck (2016), el intercambio de contenidos “alienta la conexión entre personas y también ayuda a muchos a encontrar un escenario (global) para exponerse públicamente” (p. 38) lo que incita a las personas a opinar sobre aquello que les gusta o disgusta, interesa o no. Pero, principalmente, la gente también ha utilizado estos espacios para generar debates de manera colectiva, denunciar injusticias o llamar a la movilización (Salgado, 2021b).

Los espacios digitales han logrado enmarcar el proceso comunicativo en escenarios complejos donde se comparten códigos y sentidos a través de diversos recursos tales como los llamados *memes*, los cuales han emergido como un fenómeno cultural que trasciende cuando se asocia con temas destacados en la agenda pública. Desde esta perspectiva, entre sus funciones se puede considerar el entretenimiento, por lo que frecuentemente recurren al sentido cómico, pero a su vez, fungen como enunciaciones que buscan el señalamiento de figuras públicas que participen en los diversos ámbitos. Además, en entornos con altos niveles de inseguridad pública, el *meme* puede ser una expresión de protesta social que, muchas veces, tiende a señalar la incapacidad del Estado al no poder garantizar la seguridad (Pérez Salazar, 2014).

Otro de los usos al que se puede recurrir es como vía para pronunciarse a favor o en contra de asuntos con relevancia en temas de política, economía, derechos humanos o como se plantea en este trabajo, relacionados con las manifestaciones de violencia en un territorio específico y en un momento de coyuntura como el acontecido en la ciudad de Chilpancingo, capital del estado de Guerrero, durante julio de 2023 cuando una serie de incidentes violentos, como el asesinato de conductores del transporte público y el incendio de sus vehículos, generaron un clima de terror y caos que resultó en el cierre de escuelas, comercios e instituciones públicas, así como en la suspensión de otras actividades y servicios, entre ellos el del transporte público a nivel municipal.

En medio de dicha situación de inseguridad, algunas personas y medios de comunicación locales comenzaron a cuestionar la credibilidad de la alcaldesa, Norma Otilia Hernández Martínez, representante del partido Morena, puesto que días previos a este lapso de violencia, protagonizó un video difundido a través de diversos canales en el que se le observó en una reunión con un presunto líder criminal, considerándose como un acto de corrupción e impunidad. Aunado a ello, su nombre fue mencionado en un mensaje encontrado en una escena del crimen, por lo que surgieron diversas reacciones ciudadanas que se manifestaron en las redes socio-digitales a través de publicaciones, comentarios y *memes*. Estos últimos, tal como menciona Salgado (2021b), fungieron como un fenómeno de expresión que, pese a ser asociados con “un sentido humorístico, tiene usos sociales más amplios e incluso discordantes” (p. 108). De ahí se estima que su importancia en el desarrollo del entorno político y de la opinión pública, reside en cómo contribuyen a la articulación del discurso público en la sociedad actual, a partir de “narrativas que expresan tanto el humor, la crítica, la disputa, el desacuerdo, la descalificación, así como el apoyo, la defensa, la adhesión a diferentes puntos de vista” (Gutiérrez & Reyna, 2020, p. 91).

A partir del contexto ya abordado, este trabajo tiene como objetivo principal analizar la representación de la violencia en los *memes*, en el marco de los acontecimientos ocurridos del 8 al 11 de julio de 2023, en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero, México. Desde este enfoque se busca comprender uno de los fenómenos que se

experimenta en este lugar donde muchos de los actos de violencia que se padecen a diario derivan de las dinámicas de control de rutas de narcotráfico y enfrentamiento entre grupos delictivos o de estos contra las autoridades. Por lo que se hace una aproximación a los discursos digitales construidos a partir de este tipo de contenidos y que, más allá del sentido humorístico, pueden ser considerados como un espacio semiótico que ayuda a visibilizar la violencia en dicho territorio, además de aquellas problemáticas derivadas o relacionadas de la misma, tales como la corrupción, la impunidad y la ingobernabilidad, entre otras.

Elementos para la discusión teórica

La comunicación se ha transformado a partir de los cambios tecnológicos, sociales y culturales. La web 2.0 dio lugar a nuevos sitios, espacios y plataformas que han restado relevancia a los medios tradicionales. Es decir, en estos nuevos escenarios, los usuarios han dejado de buscar intermediarios para ser ellos mismos quienes producen, difunden y consumen la información, generando así, comunidad y red (*network*), concepto utilizado por Barnes (1954) y que actualmente ha sido definido por diversos autores de acuerdo con “la perspectiva disciplinaria y el enfoque teórico-metodológico que se adopte. De forma general, el concepto de red social alude a todos los vínculos existentes entre un conjunto de individuos” (Dettmer, 2019, p. 8).

Internet y particularmente las redes sociales digitales se han convertido en impulsoras de la participación ciudadana, teniendo un gran impacto en la sociedad (Castells, 2001). Su uso y apropiación han generado interés desde el campo de la comunicación, especialmente en su uso político, social y activista. Estas se han caracterizado por su apertura globalizada, el papel activo de los usuarios como creadores de contenidos, la generación de comunidad en donde se puede opinar, reaccionar e intercambiar ideas con los demás. Son entonces herramientas e instrumentos que desde el estudio de la comunicación política han llegado a ocupar un lugar privilegiado, pues son una vía para intercambiar discursos y en los que además de involucrar a políticos, periodistas y opinión pública, considerados actores legítimos por Wolton (1998), hoy en día también se suma la política de aquellos actores que por mucho tiempo quedaron fuera de la visibilidad mediática, la de “los actores no autorizados para hablar de política, es decir, la gente común, los colectivos de inconformes y los movimientos sociales” (Rovira, 2017, p. 80).

Actualmente son los propios usuarios quienes se encargan de generar y distribuir contenidos (texto, fotografías, videos, etc.) desde la creatividad, el humor y, sobre todo, la búsqueda por la viralización. Es por esto por lo que cada vez más se crean nuevos formatos y géneros. Los *memes* son un ejemplo claro de ello, que si bien el concepto asume una complejidad por su uso que precede a Internet, en estos tiempos ha adquirido cierta centralidad cuando se introduce y entiende dentro de esta dimensión comunicativa. De esta manera,

Gutiérrez & Reyna (2020) mencionan que no hay un desprendimiento total de las discusiones respecto al término mismo puesto que se trata de una expresión mediada tecnológicamente y por ello “se sitúa más en un ámbito socio-discursivo y de comunicación” (p. 92). Así pues, las autoras definen operativamente los *Imemes* (*memes* en Internet) como:

Una composición digital, multimodal, donde imagen, texto y audio pueden integrarse para expresar entre otras cosas una broma, un chiste, una ironía, una burla, una descalificación, una provocación, una amonestación, una denuncia, una observación o el avance de un argumento; además el hecho de que transiten y se popularicen en las distintas plataformas digitales garantiza su rápida propagación. Los componentes del Imeme pueden estar intervenidos, se pueden superponer, cruzar o acompañar y pueden ser modificados en su transitar por las distintas redes sociodigitales (pp. 92 y 93).

Otra de las características importantes es que “son indiferentes a la veracidad o falsedad de la información que transmiten. No buscan sino llegar a un número cada vez mayor de usuarios. Pero junto con esa frivolidad, también son un escaparate para exhibir abusos y excesos” (Ruiz, 2018, p. 125). Por lo anterior, se considera relevante su análisis, al contribuir en la construcción de sentidos y

convertirse en un recurso de manifestación de opiniones, sobre todo cuando se relaciona con temas sobresalientes en momentos coyunturales.

Panorama de la violencia en Guerrero

En México, el estado de Guerrero se destaca como uno de los estados con las cifras más alarmantes de violencia. La situación en esta región se ha vuelto insostenible e incontrolable para las autoridades, lo que ha llevado a la población a enfrentar diversas problemáticas en su vida cotidiana, como asesinatos, desapariciones forzadas, ataques a los medios de comunicación, extorsiones y desplazamientos forzados, entre otros. Así, en el 2020, Guerrero fue considerado el epicentro del crimen organizado a nivel nacional, con el mayor número de grupos enfrentándose en una lucha por el territorio, al menos 40, más que en cualquier otra región del país (Ernst, 2020). Esta problemática que en un principio se manifestaba con fuerza solamente en las regiones de Acapulco, Tierra Caliente y Costa Grande, se extendió también a la Montaña, la región Norte, la Costa Chica, el Centro y la Sierra del estado. Chilpancingo, la ciudad capital, ha sido fuertemente afectada por este fenómeno, ya que es un punto estratégico de convergencia de intereses económicos de diversos grupos de poder, siendo "un paso obligado para la región serrana y la zona montañosa" (Rojas & Salazar, 2021, p. 3).

En los últimos años, se ha atestiguado un acelerado crecimiento en los niveles de violencia ejercida por grupos del crimen organizado. En el caso del municipio de Chilpancingo de lo Bravo, y de la

ciudad del mismo nombre, lo vivido en los meses recientes, de acuerdo con *El Economista* (Badillo, 2023), obedece al rompimiento de la llamada *pax narca*, pactada por organizaciones criminales como *Los Tlacos* y *Los Ardillos*, que actualmente se encuentran en constante confrontación que desemboca en actos de violencia y movilizaciones, principalmente en las regiones Centro, Norte y Montaña. Situación que se agravó a partir de la presunta participación de ambos grupos en los procesos de campaña “tanto de la ahora gobernadora de Guerrero, Evelyn Salgado Pineda, como de la presidenta municipal de Chilpancingo, Norma Otilia Hernández, ambas militantes del Movimiento de Regeneración Nacional (Morena)” (p. 3). Por lo que se presume que tales grupos han obligado a los gobiernos en turno a tomar partido solo por uno de ellos y se cree que ha sido por los primeros (*Los Tlacos*), puesto que únicamente se “ha liberado órdenes de aprehensión en contra de integrantes de *Los Ardillos*” (p. 4).

Los días 6 y 7 de julio, un grupo de transportistas intentaron bloquear la Autopista del Sol por lo que fueron replegados por la Policía Estatal y, al no lograr su cometido, optaron por retirarse de la capital. La mañana del 08 de julio se dieron a conocer a través de diversos medios de comunicación y en redes socio-digitales los primeros reportes sobre el incendio de dos taxis en Tixtla, uno de los municipios cercanos a la ciudad capital de Guerrero. Informando también que uno de los

conductores había sido asesinado e incinerado dentro de su propio vehículo. Resulta esencial mencionar que entre las actividades que se asume que realizan los dos grupos se encuentra el control de los servicios de transporte público, por lo que inmediatamente se remitió a pensar que dichos ataques se relacionaron con esta lucha criminal. Más tarde se presentó información sobre otros casos, pero esta vez en Chilpancingo y Acapulco. En consecuencia, se anunció en redes sociales y en otros medios de comunicación que los servicios de transporte público serían suspendidos, particularmente las rutas que van de la capital hacia poblados cercanos: Tixtla, Mochitlán, Chilapa, Quechultenango y Juan R. Escudero. Como consecuencia, algunos comercios, restaurantes y bares tomaron la misma decisión, cancelar sus servicios, hecho no observado desde el confinamiento originado por la pandemia de COVID-19.

En este contexto resultó relevante un hecho ocurrido semanas antes, el hallazgo de siete cadáveres¹ (desmembrados) durante la madrugada del 24 de junio en una de las zonas céntricas de la ciudad, acto que sería vinculado al *lapsus* de violencia de los días del análisis. En esta escena del crimen se encontró también una cartulina en la cual se nombró a la alcaldesa, Norma Otilia Hernández Martínez, que contenía el siguiente texto: “Saludos presidenta Norma Otilia sigo esperando el segundo desayuno que me prometiste después que veniste [sic] a buscarme, con cariño, tu amigo” (Nava, 2023, p. 1). Sobre tales

¹ Posteriormente la Fiscalía General del Estado (FGE) dio a conocer que se trataba de la familia que había sido reportada como desaparecida días antes (9 de junio). Y que

aparecieron en un video que circuló en diversos medios en donde se les veía haciendo declaraciones sobre su participación en actos criminales como secuestro.

cuestionamientos por la prensa y la opinión pública, Hernández Martínez negó tener nexos con los autores del mensaje, pese a que días después, el 5 de julio, se viralizaría un video en el que se le ve y escucha en un supuesto encuentro con el líder de *Los Ardillos*, Celso Ortega Jiménez, presunto responsable del mensaje. Dicho encuentro se vinculó con lo leído en el texto, a lo que la alcaldesa tuvo que responder públicamente, declarando que se había tratado de “un desayuno fortuito” (Cruz, 2023, p. 1). Ese mismo día, fueron capturados por la Policía Estatal, según las autoridades, por portar armas de fuego y estupefacientes, dos líderes transportistas del circuito Río Azul, ruta que se refiere a:

Un corredor que va desde Petaquillas, un pueblo de Chilpancingo que está a no más de 10 minutos de la ciudad, hasta Quechultenango. En todo este corredor, es sabido de manera pública, que tiene influencia el grupo criminal de Los Ardillos, asociados a actividades políticas y económicas de la región. Sus líderes, Celso y Jorge Iván Ortega Jiménez, son hermanos del diputado local Bernardo Ortega Jiménez (Sánchez & Urieta, 2023, p. 15).

Así, el 9 de julio, tras la violencia vivida el día anterior, la ciudad se observaba con poca actividad, pues gran parte de la población había decidido no salir de sus casas o mantener sus negocios cerrados. Además, comenzaron a circular rumores sobre el estatus de la presidenta municipal, hablándose de su

posible salida de Guerrero por temor a la inseguridad, además, se mencionó la posibilidad de que renunciaría a su cargo en respuesta a los señalamientos por vínculos con el crimen organizado.

El 10 de julio, se reunieron nuevamente miles de manifestantes provenientes de los municipios pertenecientes al llamado Circuito Río Azul. Entre sus acciones, tomaron por la fuerza un vehículo blindado que utilizaron para irrumpir en el Congreso local. Además, “apresaron a varios policías y guardias nacionales y los subieron en vehículos privados” (Morán, 2023, p. 4). Ese mismo día, en conferencia de prensa, la alcaldesa confirmó su salida de Guerrero el día anterior y explicó que ello se debió a su intención de ponerse a disposición de las autoridades federales en la Ciudad de México y que, al no tener nada que esconder, no pensaba dejar su cargo. Los bloqueos duraron unas cuantas horas más, retirándose antes del anochecer. Al siguiente día, 11 de julio, se retomó la manifestación en el punto conocido como el Parador del Marqués y tras establecer una mesa de diálogo con representantes del gobierno del Estado, se acordó liberar la Autopista del Sol y a las personas retenidas.

Propuesta metodológica

Contar con una estrategia metodológica es imprescindible en cualquier investigación, puesto que proporciona una ruta de acción, la cual, de acuerdo con Salgado (2019) no sólo refiere a los pasos que deben

seguirse para obtener la evidencia empírica sino también a la manera en cómo estos se abordarán. Ante el objetivo principal de analizar la representación de la violencia en los *memes* producidos y circulados en un momento coyuntural específico, se desglosan dos objetivos específicos:

1. Analizar los elementos discursivos (semióticos, icónico-lingüísticos, etc.) que fueron utilizados en la producción de *memes* y que circularon en la red social Facebook durante los eventos del 8 al 11 de julio de 2023 para representar a la violencia experimentada por los habitantes de Chilpancingo, Guerrero, México.
2. Identificar temáticas, actores y uso que se le da a los *memes* producidos y circulados en la red social Facebook durante los eventos del 8 al 11 de julio de 2023 en el marco de la violencia experimentada por los habitantes de Chilpancingo, Guerrero, México.

Desde un enfoque cualitativo, se recurre al análisis de discurso como propuesta teórica metodológica que “reconoce la indisolubilidad de dos universos: el lingüístico-comunicacional y el social” (Gutiérrez, 2010, p. 175). Como parte de las metodologías cualitativas, este presenta características particulares que son necesarias considerar para su desarrollo. Por lo tanto, en este apartado se presenta la propuesta y los lineamientos metodológicos esenciales para la selección y abordaje del *corpus*, así como el de sus componentes semióticos, icónicos y verbales. Esto permitirá “la clasificación, sistematización, interpretación y finalmente, la contextualización de los materiales” (Salgado, 2001, p. 137).

Cabe mencionar que se consideró importante retomar únicamente Facebook, debido a la significativa interacción de los usuarios en las diversas comunidades o grupos locales de noticias en este espacio. Además que para inicios del 2023 se colocó como la plataforma con mayor porcentaje de usuarios en México (92.9%) y alcance generalizado a todos los rangos etarios, con mayor éxito entre los adultos de 18 a 34 años (*Statista*, 2023), es decir, adultos y jóvenes adultos, que crecieron con la llegada del internet y las redes sociales a México, y que, al mismo tiempo se perfilan como el mayor grupo poblacional de votantes por lo que su participación política es fundamental.

En cuanto a la conformación del *corpus*, se realizó a partir de una selección rigurosa para que en su conjunto pudiera dar cuenta de lo ocurrido en esos cuatro días de crisis, encierro y violencia del caso de estudio. Es necesario hacer énfasis en la variedad de *memes* que pueden encontrarse en Internet, es decir, desde la temática que pudieran abordar o incluso el formato o tipología. Por lo tanto, cuando se habla de estos, no necesariamente se refiere solo a la imágenes o videos, puesto que, tal como señala Pérez Salazar (2017), al tratarse de cualquier unidad cultural replicada, este concepto no se encuentra limitado, ya que “también puede abarcar sonidos, aromas, texturas y hasta conductas” (p. 18), incluso, actualmente es posible decir que personas, personajes y figuras públicas, a partir de su comportamiento, reacciones e ideologías, se han convertido en *memes*, pues muchos de ellos son el resultado de “un momento que se convierte en viral y que se convierte en imagen cotidiana para muchos” (Del Río, 2021, p.1). De esta

manera como primer criterio de selección para la recopilación del acervo, se consideró que se trataran de imágenes estáticas según la tipología propuesta por Pérez Salazar (2017). Asimismo, fue necesario tomar otros criterios tales como:

- 1) *Memes* (imágenes estáticas) con clara alusión a los diversos hechos de violencia que se experimentaron en Chilpancingo durante ese lapso.
- 2) *Memes* (imágenes estáticas) creados y compartidos durante el periodo analizado (8 al 11 de julio).

Al tener definidos estos criterios, se siguió a Salgado (2021a) para la construcción de un *corpus* representativo, por lo que se solicitó a cuatro personas usuarias de Facebook (dos mujeres y dos hombres), que pudieran hacer llegar los *memes* que cumplieran con los criterios y que hubiesen visto, compartido o interactuado dentro de esta red social. Se recopilaron en total 36 *memes* de los cuales 16 provenían de 6 perfiles personales (usuarios que produjeron tales materiales), además de otros 20 que fueron posteados por páginas centradas en la difusión de información local, noticias y *memes*.

Se procedió entonces a organizar, sistematizar y delimitar el *corpus* a diez unidades seleccionadas en el *corpus* que coincidieron con una característica particular, representan ejemplos de *holomemes*, es decir, son consideradas parte de un “repertorio [...] de las variaciones que presenta un meme determinado” (Pérez Salazar, 2017, p. 47) y una de ellas es, al mismo tiempo, un *memeplex*, ejemplo de *memes* que “se caracterizan por estar

integrados por otros memes” (p. 45). Referente a su taxonomía, su fecundidad fue alta pues se viralizaron rápidamente, pero su longevidad fue corta, es decir, fueron replicados durante un corto periodo de tiempo. Además, su alcance fue de nivel local a regional y su fidelidad con respecto a los *memes* originales fue variable. Así, de acuerdo con los autores citados, se tomó como esquema de análisis para el *corpus* seleccionado, lo establecido en la *Tabla 1*.

Ahora bien, este trabajo parte del análisis del discurso como aproximación teórica-metodológica de las redes socio-digitales desde el enfoque multimodal (ADM) que, de acuerdo con Gutiérrez & Reyna (2020), este tiene como propósito “el estudio de las especificidades y los rasgos comunes de los modelos semióticos que toman en cuenta su producción cultural social e histórica” (p. 95). Así, considerando que existen diversas vías para su aplicación y por lo tanto, implican diferentes procedimientos, las autoras, citando a Kress & Van Leeuwen (2001) retoman el discurso y el diseño como dos categorías esenciales para la realización del análisis, además de la procedencia y el género. De lo anterior, este artículo utiliza tal propuesta, puntualizando en la importancia de reconocer el Imeme como género “constituido por un grupo de elementos digitales que poseen características comunes de contenido, forma y/o posicionamiento, cada uno creado con base a lo anterior y propagados, imitados y/o transformados a través de la red” (Gutiérrez & Reyna, 2020, p. 101).

Tabla 1.*Esquema de análisis de memes (imágenes estáticas) en Facebook*

| CATEGORÍA | DIMENSIONES | INDICADORES | |
|--------------|-----------------------------------|--|---|
| Discurso | Temática | a) Ataque a transportistas b) Situación en la ciudad c) Acciones de las autoridades d) Otros | |
| | Actores involucrados/relacionados | a) Autoridades b) Ciudadanía c) Víctimas d) Otros | |
| | Texto | ¿Qué dice el texto del meme? | |
| | Imagen | Descripción de los elementos visuales. | |
| | Hechos | Breve descripción de los hechos | |
| | Tipología | a) <i>Holomeme</i> b) <i>Memplex</i> c) <i>Metameme</i> | |
| | Procedencia | Origen de los signos | |
| | Elementos del post | a) Texto en la publicación b) Sentimiento/actividad c) Ubicación d) Etiquetas e) Emoticones f) Otros | |
| | Diseño | Fidelidad | Modificaciones sufridas |
| | | Morfología de la imagen en relación con el texto | a) Incrustado b) Adyacente c) Mixto d) Ninguno |
| Color | | Descripción del uso del color | |
| Distribución | Fecundidad | Cantidad de replicaciones hasta una fecha específica establecida. | |
| | Longevidad | Tiempo en donde se observa mayor número de interacciones de comentarios, ya que estos indican las fechas en que se realizan. | |

Para los fines de este artículo, el análisis considera otros elementos como los señalados por Pérez Salazar (2017) que, a su vez, retoma de diversos autores (Da Cunha, 2007; Dawkins, 1976) para la aproximación de los *memes*: taxonomía (fecundidad, longevidad y fidelidad); tipología (*holomemes*, *memplex* y *metamemes*) y morfología, es decir, la forma en que se presenta, que en este caso se consideran solamente imágenes estáticas, pudiendo ser: 1) Imágenes adyacentes a textos, que se integran por signos mixtos y se replican en conjunto; 2) Imagen con texto incrustado y 3) Imágenes secuenciales (micro-historietas) que se combinan en una situación particular (pp. 60-61).

Como se estableció previamente, el análisis parte de la presentación de lo ocurrido, para después pasar a la revisión desde un nivel descriptivo en el que se toman en cuenta los elementos de cada uno de los materiales que conforman el *corpus*. Posteriormente, se pasa al nivel de análisis particular e interpretación en donde se abordan los *memes* y sus elementos textuales e icónicos.

Los Memes y la violencia en Guerrero

En este análisis, se presentan 10 *memes* que fueron creados y replicados en el marco de los hechos violentos ejercidos contra transportistas durante el periodo del 8 al 11 de julio.

8 de julio de 2023

Figura 1.

Adaptación del meme “This is Fine” circulado en Facebook el 8 de julio de 2023



Nota. Norma Otilia “Todo está bien” (Me encanta Chilpancingo, 2023).

En el primer material (*Figura 1*), del 8 de julio, el discurso remite a Norma Otilia Hernández Martínez, presidenta municipal de Chilpancingo, así como a la ciudadanía, la cual fue nombrada por la abreviación coloquial de la ciudad “Chilpo” (Chilpancingo). Alude a la situación que se vivía en ese momento, es decir, cuando se comenzó a comunicar a través de diversos medios de noticias, los ataques contra transportista en distintos puntos de este territorio *en llamas* (problemas). La publicación no tuvo otros elementos adjuntos en el post como texto, emoticones, etiquetas, etc.

Se trata de una enunciación de *holomeme* conocida coloquialmente como *This is Fine* (Esto está bien). Este meme tiene su origen en la obra de K. C. Green (2013), originalmente titulada *On Fire* fue publicada en el cómic digital *Gunshow* (KnowYourMeme, 2016). En esta caricatura, se representa a un perro antropomórfico que, con

aparente calma, toma una taza de café mientras su entorno está en llamas. Comúnmente se utiliza para representar un estado de negación en medio de una situación de crisis. En el meme compartido en las redes sociales de Chilpancingo, se respeta la idea central del *holomeme*, así mismo, con excepción del texto incrustado, se respetan tanto la imagen como los colores del meme original. La publicación de Facebook en la que se incluyó este *holomeme* se volvió rápidamente viral, llegando a ser compartida en 771 ocasiones² y mantuvo su popularidad durante dos semanas, es decir, durante ese lapso se observó mayor interacción en los comentarios, corroborados por la fecha en que fueron realizados como hilo del *post*.

Con la imagen, es posible identificar que hay una postura sobre la actitud de la alcaldesa, que como símil del *meme* original, se podría percibir indiferencia mientras la violencia crecía y los familiares de las víctimas manifestaban su desconsuelo a través de sus redes sociales además de una notable falta de apoyo por parte de las autoridades locales, especialmente la representante de Morena. Se interpreta como una ciudad en llamas mientras la alcaldesa, quien se supone dirige el lugar, se observa tranquila, tomando un café y con actitud pasiva.

09 de julio de 2023

En el *meme* correspondiente al segundo día de análisis (*Figura 2*), se reforzó el discurso donde se alude a la

alcaldesa de Chilpancingo, nuevamente se colocó como protagonista del acontecimiento desde lo manifestado en el *meme*. El texto incrustado alude al nombre de un videojuego que se retoma como referente y el de la “4T Cuarta Transformación”, proyecto del cual la presidenta municipal forma parte. En la redacción del *post* se puede leer un texto que alude a la identificación de la situación de ese momento como un símil del videojuego con contenido violento, que bien podría representar lo ocurrido en esta ciudad: “Ya vi la portada del nuevo juego de *Call of Duty*: Edición especial Chilpancingo 🎮🌍”. Además, se acompañó de dos emoticones, el primero de un control de consola de videojuegos para hacer referencia al producto comercializado y jugado por millones de usuarios al día. El segundo, una cara con lágrimas de risa para enfatizar el sentido humorístico que enmarca esta unidad cultural.

Figura 2.

Meme que circuló en Facebook el 9 de julio de 2023



Nota. Call of Duty: Edición especial Chilpancingo (Aquí es Chilpancingo, 2023a).

² El conteo de las veces que se compartieron los *memes* que integraron el *corpus* analizado fue hasta el 30 de octubre de 2023.

Este *meme* se considera como una enunciación del *holomeme* del territorio como zona de guerra. En este caso toma su inspiración en el software *free-to-play* y multiplataforma del desarrollador Activision, *Call of Duty: Warzone* (Llamado al deber: Zona de Guerra), publicado en marzo del 2020. El subtítulo *Warzone* hace referencia a varios de los modos de juego tipo *Battle-Royale* en el que, teniendo como zona de batalla una ciudad abandonada por civiles y destruida por la guerra, los jugadores, ya de manera individual o en equipo, deben eliminar a sus contrincantes mediante el uso de armas de fuego y equipos de guerra, teniendo como finalidad ser el último jugador o equipo en pie. Este presenta una fotografía de la presidenta municipal, Norma Otilia Hernández Martínez, en medio de una panorámica del centro de la ciudad de Chilpancingo, aparentemente tomada en la parte alta del edificio del H. Ayuntamiento Municipal, lugar físico en donde el gobierno municipal ejerce sus funciones. Del videojuego original se retomaron dos elementos, primero, el logotipo original, que contiene el título del mismo, respetando colores y escalas, colocado al centro la imagen, sobre la cual se presenta el logotipo de la denominada “4T Cuarta Transformación”, movimiento encabezado por el partido morena, en el cual milita la actual alcaldesa, quien, además de portar una blusa con bordados tradicionales regionales del estado de Guerrero, aparece utilizando el segundo elemento tomado del multijugador, un pasamontañas en colores blanco y negro con el diseño de la osamenta de una mandíbula humana, que forma parte de las vestimentas clásicas de los jugadores. Finalmente, el *meme* presenta, en la parte

inferior derecha, el imago tipo de *PlayStation 5* (PS5), una de las consolas en las que el videojuego se encuentra disponible. La publicación original tuvo una longevidad de dos semanas, tiempo durante el cual se compartió en 786 ocasiones.

Figura 3.

Versión del meme “El infierno es aquí mérito” que circuló en Facebook el 9 de julio de 2023.



Nota. Mi chilpancingo en estos tiempos 🙄: El infierno es aquí mérito (Aquí es Chilpancingo, 2023b).

Otro de los discursos retomados en este día se relaciona con el peligro que llevó a la poca actividad en las calles, es decir, al cierre de negocios, escuelas y autoconfinamiento de la población, producto de los hechos violentos del día anterior. En este material de análisis (*Figura 3*), que circuló durante dos semanas y que fue compartido en 1,050 ocasiones, se expone el contexto a través de la metáfora, es decir, Chilpancingo guarda cierta relación de semejanza con el infierno, lugar que, según algunas religiones, es donde después de la muerte se torturará

eternamente a las almas de los pecadores. La imagen presenta una micro-historieta de dos paneles, arriba y abajo, y es parte del *holomeme* *El infierno es aquí merito*, en donde los actores que participan son dos personajes de la película *El Infierno* (Dir. Luis Estrada, 2010): “El Benny”, interpretado por Damián Alcázar y “El Cochiloco” por el actor Joaquín Cosío. Se trata de una secuencia extraída del filme y con el texto incrustado en cada una de las fotografías, donde se coloca el diálogo de esa parte del filme: “- ¿No le da miedo irse al infierno? -El infierno es aquí merito”

El referente original del *meme* vincula, metafóricamente, a la imagen del infierno y de los sufrimientos que allí se viven, con un territorio real, sobre la faz de la tierra. Así, se interpreta que, todas las situaciones que se experimentan en este territorio, principalmente relacionadas con la violencia, afectan a la población como si fuese una tortura, por lo que no es necesario tratar de adivinar como será tal castigo después de la muerte, pues ya están en él. Asimismo, la imagen muestra un lugar desértico, árido e incluso en color sepia, propio de la película, y se superpone el escudo del municipio en el rostro del personaje que responde a la interrogante del diálogo insertado.

10 de julio de 2023

El 10 de julio, fue el día en el cual se observó mayor producción y proliferación de *memes*, puesto que, de los señalamientos sobre los distintos eventos violentos y la falta de acción de las autoridades, se visibilizaron también otros hechos como:

- 1) La manifestación de contingentes formados por integrantes de organizaciones de transportistas del circuito Río Azul y el bloqueo de la Autopista del Sol.
- 2) El enfrentamiento de los manifestantes contra la policía Estatal que tenía la orden de desalojarlos.
- 3) La ausencia de Norma Otilia ante la problemática.
- 4) La aparición de la presentadora de televisión Laura Bozzo en el bloqueo de la autopista del Sol.

Figura 4.

Imagen circulada en Facebook el 10 de julio de 2023



Nota. COD Warzone: Bienvenidos a Chilpancingo (ChilapaSHITPOSTING, 2023).

Se observan dos nuevas enunciaciones del *holomeme* del territorio como zona de guerra, la primera (*Figura 4*) se inspira, otra vez, en *Call of Duty: Warzone*. La imagen presenta una fotografía de una de las entradas a la ciudad capital, desde la

carretera Chilapa-Chilpancingo, vía de acceso con la región Montaña, territorio con cifras alarmantes de violencia que se vinculan a los conflictos entre los dos grupos criminales presuntamente implicados. Se observa el letrero de bienvenida: “Bienvenidos a Chilpancingo. Cuna de los Sentimientos de la Nación”. Al centro, en la parte superior, nuevamente y como texto incrustado está el título del juego de video, respetando sus colores y su escala original. Además, se otorga una perspectiva subjetiva, en la cual el usuario puede ubicarse en el lugar del jugador, sosteniendo, en su mano, un arma de fuego. Finalmente, acompaña a la imagen, abajo a la izquierda, la marca de agua de la página que la compartió (ChilapaSHITPOSTING), relacionada también a la ubicación desde donde se administra.

El discurso remite a un territorio sin autoridad desde un panorama con poca actividad y tránsito vehicular, algo semejante a la situación en las calles céntricas de la ciudad debido a que las personas tenían miedo de salir a las calles frente a los ataques violentos. En la publicación se agregó texto para describir y complementar la idea del meme: “No sé si vengo llegando a *Chilpo* o entrando a una partida de *COD Warzone*”. Se aleja por un momento del nombre y la imagen de Norma Otilia para evidenciar la problemática de violencia al mostrarla como zona de guerra. En esta ocasión, el post tuvo una longevidad de una semana, siendo compartido en 857 ocasiones.

Un tercer *meme* (Figura 5) de este día, similar a los dos anteriores y que, nuevamente, es una versión del *holomeme* del territorio como zona de

guerra, fue construido a partir de referencias a otro videojuego, *Free Fire* (Tiro libre), desarrollado y publicado en 2017 por las compañías de *111dots Studios* y *Garena*, el tipo *Battle-Royale*, el *software* presenta mecánicas similares a *Call of Duty: Warzone*, funcionando como un *Battle-Royale* en línea en la que finalidad es ser el último equipo o jugador en pie, derrotando a los contrincantes mediante el uso de armas blancas o de fuego, así como el uso de vehículos en los que el jugador puede viajar solo o acompañado por otros jugadores y que, además de usar como medio de transporte, puede utilizar como herramienta para atropellar y matar a jugadores contrarios. En el *meme*, el título del videojuego se coloca, como texto incrustado, arriba y al centro, respetando las escalas y colores originales, con un puñal funcionando como letra “i”, y acompaña a la fotografía de una tanqueta blindada de la agencia de la Policía Estatal, con sus colores institucionales, que circula sobre el bulevar Vicente Guerrero, la principal vialidad en la ciudad de Chilpancingo. Se observa el vehículo con ambas puertas abiertas, en una de ellas puede verse el isologo utilizado por la administración estatal, encabezada por la gobernadora Evelyn Cecilia Salgado Pineda, militante del partido Morena. A los lados y sobre el vehículo se observan 11 individuos, ocho de ellos con cabeza y rostros cubiertos casi en su totalidad por algún tipo de prenda y únicamente tres de ellos, dos al centro sobre toldo del vehículo y uno al lado derecho de la fotografía, sobre la puerta, presentan el rostro descubierto, aunque portan una gorra que los cubre parcialmente. Los individuos que viajan sobre la parte superior de la tanqueta utilizan

chalecos, sudaderas o playeras oscuras y, además, tres de ellos portan visiblemente algún tipo de vara o palo, usada comúnmente por los manifestantes para defenderse, o atacar, durante las confrontaciones con agentes del orden.

Figura 5.

Freefire: Chilpancingo, imagen circulada en Facebook el 10 de julio de 2023



Nota. Freefire: Chilpancingo (Olguin, 2023).

La fotografía original fue tomada después de la captura de la tanqueta blindada de la Policía Estatal, por parte del contingente de transportistas que bloquearon la Autopista del Sol para presionar a las autoridades locales y estatales hacia el cumplimiento de sus demandas. Los hechos ocurrieron durante un operativo que la agencia organizó para replegar a los manifestantes, sin embargo, los transportistas lograron someter a los elementos de seguridad y apropiarse del vehículo, repeliendo a la mayoría de los agentes y privando de su libertad, temporalmente,

a algunos de ellos. La tanqueta fue utilizada posteriormente como medio de transporte al tiempo que funcionó a modo de carro alegórico, convirtiéndose en un símbolo de una victoria sobre el Estado. Así, tanto entre los manifestantes como entre la ciudadanía, estos hechos generaron una serie de burlas, críticas y cuestionamientos sobre la capacidad de quienes se encargan de mantener el orden y la seguridad en la ciudad capital.

La publicación retomó un breve diálogo que consiste en preguntar, tal como se hace en una conversación cotidiana, sobre cómo son las personas en Chilpancingo y al mismo tiempo se da una respuesta que queda abierta a la opinión de los usuarios con la palabra “Pues”, seguida de puntos suspensivos: “-Y en tu pueblo son serios? -Pues...”, esto se complementa con el *meme*, para generar burlas sobre la falta de control y la ironía respecto a la capacidad de los manifestantes para desarmar y quitar a la Policía un vehículo prominente relacionado simbólicamente con la guerra. Lo cual podría enmarcar la situación en: 1) Humillación pública de las fuerzas policiacas; 2) falta de gobernabilidad; 3) Fuerza de los manifestantes, quienes a su vez fueron señalados por recibir órdenes del grupo criminal *Los Ardillos*.

En estos tres casos, no pueden analizarse sus niveles de fidelidad con respecto a su diseño gráfico pues, a pesar de que se reproducen fielmente los logotipos de los videojuegos a los que hacen referencia, su esencia no radica en sus gráficos, ni siquiera en el videojuego del que surgen, sino en una idea general, es decir, a la transformación del territorio en una zona de guerra, en donde lo único

que importa es sobrevivir y ser el último hombre que quede en pie. Además, al reproducirse diversas versiones, donde el territorio es el mismo, Chilpancingo y, por lo tanto, poseen el mismo referente y significado, aun con un diferente significativo, estas tres imágenes se convierten a sí mismas en un nuevo *holomeme*, el que señala a Chilpancingo como una zona de guerra.

El mismo día circuló (*Figura 6*) una versión del *holomeme* de Martha Higareda (viralizado, originalmente, entre los meses de mayo y julio de 2023 y que posteriormente comenzó a reproducirse con menor frecuencia). Aunque la actriz mexicana ha formado parte de otros *memes* desde hace años, este tuvo sus orígenes en la viralización, en mayo de 2023, de una colección de entrevistas, principalmente la que le realizó el conductor Yordi Rosado y fue publicada en su canal de *YouTube*, en dichas entrevistas la actriz destacó por narrar una serie de anécdotas que, al tocar temáticas que iban desde establecer sus relaciones con la élite del espectáculo hasta describir fenómenos paranormales o contactos extraterrestres, cayeron en la burla del público mexicano al considerar a muchas de sus historias como sucesos ilógicos que simplemente eran inverosímiles, llegando a tachar de mitómana a la también conductora. Comenzaron entonces a circular distintas versiones y formatos del ahora *holomeme*, presentando alguna fotografía de la actriz, a veces en solitario o acompañada de otra imagen y usualmente con alguna frase incrustada o adyacente, como “Así es Yordi...”, “Fíjate Yordi...” o “Te lo juro Yordi...”, entre otras, seguidas de afirmaciones cortas y muchas veces sensacionalistas

que, evidentemente, son falsas. Así, la idea del *holomeme* de Martha Higareda es la de resaltar un evento tan difícil de creer que quien lo expresa es visto como un mitómano.

Figura 6.

Versión del meme de Martha Higareda, compartido en Facebook el 10 de julio de 2023



Nota. Martha Higareda: Chilpancingo (Mmg Karla, 2023).

La fidelidad hacia el *holomeme* original es alta tanto en su apartado gráfico como en su enunciado canónico. La imagen presenta un formato de dos paneles, en el izquierdo se observa la imagen más utilizada en las distintas versiones de este, la fotografía de Martha Higareda durante su entrevista con Yordi Rosado y a la derecha, la fotografía del vehículo blindado controlado por los manifestantes, imagen utilizada también en el *meme* anteriormente analizado. Presenta, así mismo, un formato de texto adyacente, con la leyenda: “Si yordi [sic] yo era la que conducia [sic] el mamba blak [sic] del chilpancingazo [sic]”. El discurso enmarca en una situación cómica la idea de que las autoridades son rebasadas por la violencia que, además, en su intento

por desalojar a los manifestantes, fueron despojados de su vehículo y privados de su libertad. En el texto se alude al “Chilpancingazo” como manera de vincular la situación a la serie de eventos de confrontación en Culiacán, Sinaloa, México, debido a la captura y posterior liberación de Evodio Guzmán López, uno de los hijos de Joaquín “El Chapo” Guzmán, líder del Cártel de Sinaloa. Que, ante la presión violenta del cártel, el gobierno tomó la decisión de liberarlo, por lo que, los usuarios comenzaron a dividir opiniones, mostrando en algunos casos inconformidad por aparentemente mostrarse débiles ante este grupo de delincuencia organizada. Por ello, diversas voces adaptaron dicho caso a la situación en Chilpancingo, puesto que, ante la presunta captura de dos líderes, se generaron tales manifestaciones que enfrentaron a pobladores de diversos municipios de la región contra la fuerza policial enviada por el gobierno del Estado. El *meme* tuvo una longevidad corta y una fecundidad baja, pues circuló activamente por apenas tres días y su publicación original se compartió 14 veces.

Otro de los temas retomados para la creación y circulación de *memes* para este día, fue sobre la presencia de la conductora de *talk-shows*, Laura Bozzo, quien al quedar varada junto a otros afectados por el bloqueo de la autopista y por tanto, sin poder llegar a su destino, decidió tomar cartas en el asunto y bajarse de su vehículo para establecer un diálogo con los transportistas a quienes, de manera similar a como actúa en sus programas, preguntó por sus demandas y motivaciones para manifestarse. Al quedar registrado en un video que también circuló por las redes sociales y en los medios de

comunicación, los internautas no dudaron en hacer referencia a ello, aludiendo a que, a diferencia de la alcaldesa o la gobernadora, quienes no querían hablar sobre lo que estaba pasando o establecer un diálogo con los grupos de manifestantes, Bozzo los escuchó y se mostró empática. En el video se le escuchó decir “Yo me bajo porque yo soy de ustedes, yo soy de la gente” a lo que otro de los presentes contestó “Por eso mismo, que pase la desgraciada”. De esta manera, consiguió que la dejaran pasar.

Figura 7.

Laura Bozzo: Gobernadora, compartido en Facebook el 10 de julio de 2023



Nota. Laura Bozzo: Gobernadora (Valle, 2023a).

Este *meme* (Figura 7), a partir de lo descrito anteriormente, tomó como referencia los hechos y por ello, se centró en imitar gráficamente la composición típica de la propaganda política, teniendo como base una fotografía de la conductora vestida de rojo, viendo al frente con una ligera inclinación a su derecha. Se incluyen dos textos incrustados, centrada en la parte superior se lee la

palabra “Gobernadora” en letras rojas y al centro a la izquierda se visualiza el logotipo del partido Morena con la leyenda inferior “La esperanza de México”. De esta manera, los usuarios que se encargaron de producir y replicar tal imagen colocan ante la opinión, posiblemente a modo de sarcasmo, una propuesta que reemplaza las figuras ausentes de la autoridad en turno, tanto de la presidenta municipal como de la gobernadora de Guerrero. Así, para este caso, el *meme* puede considerarse dentro de la familia de *holomemes* de la misma Laura Bozzo, en donde el referente puede ser tanto la idea de una mujer salvadora y empoderada como el de una persona o figura pública controversial. Por lo tanto, la intención puede tratarse principalmente de una manifestación de inconformidad contra el ausentismo, la falta de acción de quienes gobiernan y su incapacidad para dar una solución inmediata.

Debido a la fama, conducta y participación en diversos escándalos, la imagen de Laura Bozzo se ha repetido en distintos *memes* surgidos a lo largo de su trayectoria mediática. Muchos de ellos retoman elementos de los programas televisivos en los que participó, sus frases distintivas o, incluso, su participación en polémicas que incluyen actos de corrupción, como en septiembre de 2013, cuando surgieron decenas de *memes* con su imagen, que refieren a la malversación de recursos públicos, pues utilizó un helicóptero del gobierno del Estado de México para trasladarse a distintas poblaciones del municipio de Coyuca de Benítez, también en el estado de Guerrero, para supuestamente, llevar recursos a los damnificados de la región después de las inundaciones provocadas por los huracanes Ingrid

y Manuel, sin embargo, más tarde fue acusada, tanto por medios nacionales como por los mismos pobladores, de haber utilizado el desastre para “montar un *show* en medio de la tragedia” (Aristegui Noticias, 2013).

Tomando en consideración el referente del *holomeme* de Laura Bozzo, el cual ya se abordó en el ejemplo anterior, en otra imagen (Figura 8), compartida el 10 de julio, se puede encontrar al único ejemplo dentro del *corpus* de tipo *memplex*, en el que dicho *holomeme* se une otro, el de *Peter Parker's Glasses* (Los lentes de Peter Parker). Este se presenta, generalmente, como una micro-historieta de cuatro paneles y hace uso de la imagen de Peter Parker, el alter-ego del superhéroe, de *Marvel Comics*, el hombre araña, en la interpretación realizada por Tobey Maguire en la película *El hombre Araña* (Dir. Sam Raimi, 2002). En la versión cinematográfica, el protagonista acaba de recibir poderes tras la picadura de una araña mutada, descubriendo que ya no necesita utilizar gafas y, para comprobarlo, hace un gesto al quitarlas y ponerlas varias veces sobre su rostro. Dicha escena fue retomada y se viralizó por primera vez en el foro *9Gag*, durante el mes de agosto de 2016, presentando en la esquina superior izquierda a Peter Parker sin lentes y en la esquina inferior izquierda al mismo personaje utilizando lentes, como contraparte de cada cuadro, en la esquina superior se observa la imagen de Hilary Clinton en un acto de campaña y en la esquina inferior derecha se observa un tiradero de basura (KnowYourMeme, 2017). Así, el referente del típico *holomeme* de *Peter Parker's Glasses* es establecer una relación de ceguera con ciertas

personas, objetos o paisajes que, si bien al principio pueden tener cierta apariencia, al quitarlos, cambian drásticamente.

Figura 8.

Laura Bozzo: *¿Quién está a cargo?*, compartido en Facebook el 10 de julio de 2023



Nota. Laura Bozzo: *¿Quién está a cargo?* (Valle, 2023b).

En este caso, que se compartió en 231 ocasiones y que tuvo una longevidad de una semana, se muestran en los dos paneles de la izquierda las imágenes típicas de Peter Parker y sus lentes, y al lado derecho y arriba se presenta la imagen de la alcaldesa Norma Otilia Hernández Martínez rodeada de manifestantes en actitud de mediación, cabe destacar que la fotografía pertenece a otra fecha y otra manifestación pues en la correspondiente al caso, la alcaldesa no se presentó ante los manifestantes como esperaba la ciudadanía. Finalmente, la imagen de la presidenta municipal cambia, una vez que Peter Parker se coloca

sus lentes, pues se muestra a Laura Bozzo mediando en la manifestación de los transportistas de ese día. Así, esta imagen respeta la idea general del *holomeme* de *Peter Parker Glasses*, presentando la ceguera y el cambio drástico de lo que se percibía en aquella problemática con los manifestantes, pues cuando la ciudadanía esperaba que fuera la presidenta municipal quien se presentara a resolver la situación, sin embargo, fue Laura Bozzo quien apareció en tal escenario, aunque fue por casualidad. Al mismo tiempo, refleja la incredulidad de la presencia de esta última quien irónicamente se acercó y dialogó con los inconformes.

Durante los días críticos y debido a los niveles de violencia que se cometieron sobre sus choferes, el sistema de transporte público del municipio quedó prácticamente paralizado, dificultando la movilización de los ciudadanos tanto dentro como fuera de la ciudad. El 10 de julio, dicho contexto se conjugó en un *meme* (Figura 9), con la idea del coyotaje o del coyote, quien, en palabras de Meneses (2010) es “un actor social que hace de intermediario y guía para cruzar clandestinamente la frontera” (p. 29). Así, además de hacer referencia a la dificultad de trasladarse dentro de Chilpancingo que, según la imagen compartida, es comparable con una zona de guerra, los usuarios expresan su deseo de escapar de una ciudad peligrosa, en aras de una vida mejor, como lo hacen muchos de quienes emigran de México a Estados Unidos. De esta manera, se retomó como forma de burla contra las personas que en el marco de los hechos violentos y por la ausencia de transporte público, comenzaron a publicar en sus redes sociales, principalmente en

Facebook, frases como “Busco coyote que me saque de Chilpancingo” o “Busco coyote que me cruce para Chilpancingo”, por lo que fueron señalados como exagerados o incluso, ridículos.

Figura 9.

No disparen: Busco Coyote, compartido en Facebook el 10 de julio de 2023



Nota. No disparen: Busco Coyote (Valle, 2023c).

La imagen es una modificación de la plantilla del meme *No disparen, soy un polaco* (KnowYourMeme, 2020), que retoma imágenes de una escena de la película de 2002, *El Pianista* (Dir. Roman Polanski), en la que Wladyslaw Szpilman, personaje interpretado por el actor Adrien Brody, en el contexto de la segunda guerra mundial, evita la muerte en manos del ejército polaco-soviético al identificarse como ciudadano polaco, pues, en un principio, había sido confundido con un soldado enemigo, al portar un uniforme del ejército Nazi como forma de protegerse del frío intenso que se

sufre en el gueto de Varsovia en el que se ocultó durante el proceso de la guerra. Si bien, en el contexto original de la película, la escena presenta tintes conmovedores, mostrando al público la supervivencia del personaje principal del filme, después de una serie de desgracias y dificultades, en el caso del *meme*, tanto desde sus primeras versiones como en la mayoría de sus reproducciones la imagen puede presentar dos referentes, uno de ellas, más fiel a la escena original, en la que el personaje se identifica con algún elemento común entre él y sus atacantes/salvadores, por ejemplo, vinculándose con una profesión, origen u otro elemento de afinidad (“No disparen, soy ingeniero” o “No disparen, soy estudiante de la UNAM”). El segundo referente, como ocurre en la imagen analizada, aborda un contexto cómico que, rozando la burla, sustituye la frase “No disparen, soy un polaco” por “*No disparen, soy retardado*”.

Así, presentado a modo de micro-historieta vertical, el *meme* de tres paneles presenta en su imagen superior al personaje diciendo la frase ya señalada, en la imagen central a miembros del ejército polaco-soviético pidiendo una prueba de la condición mediante la frase “Demuéstralo” y en la imagen inferior, una expresión que, cambiando en cada versión, pretende aludir a quienes la dicen desde una perspectiva peyorativa para ridiculizar las acciones o frases que expresan. El referente del *holomeme* es que, dicha locución final, debe parecer tan ilógica que quien la expresa es señalada despectivamente como una persona con alguna condición de retraso en el desarrollo cognitivo. En el caso analizado, que circuló de manera local durante

una semana y se compartió en 20 ocasiones en la publicación original, aunque en otras páginas de Facebook que retomaron el *meme*, se compartió cientos de veces más. La idea de manifestar en tono cómico, una búsqueda de Coyote para escapar de la ciudad de Chilpancingo o trasladarse dentro de la misma, debido a la falta de transporte en el marco de violencia vivida durante dicha crisis, fue incluso considerada por algunos, irreverente e insensible a quienes su situación y necesidades, les obligaba a salir a pesar del contexto.

11 de julio de 2023

Si bien, durante los cuatro días comprendidos entre el 8 y el 11 de julio de 2023, la confianza hacia la alcaldesa sufrió un fuerte golpe, desde la ciudadanía, los medios de comunicación, activistas, e incluso funcionarios públicos y miembros de la oposición, así como de su propio partido político, (Molina, 2023), la realidad es que las duras críticas en torno a la administración de la alcaldesa morenista, Norma Otilia Hernández Martínez, ya se habían presentado desde semanas anteriores a los hechos de violencia (Izquierdo, 2023). Por ejemplo, el 7 de julio, el secretario general del Gobierno del Estado de Guerrero, también militante morenista, Marcial Ludwig Reynoso Núñez, le recomendó a la alcaldesa valorar la posibilidad de solicitar licencia, para permitir una adecuada investigación sobre los hechos de corrupción de los que se le acusa, así como sobre su posible coalición con grupos del crimen organizado (Guerrero, 2023).

Peticiones similares llenaron los medios y las redes sociales también durante los cuatro días de violencia extrema en Chilpancingo. Sin embargo, la edil no hizo eco de estas y afirmó, en distintas ocasiones, que no se separaría del cargo, asegurando que la violencia vivida en Chilpancingo provenía de "fuerzas oscuras y perversas" (De Dios Palma, 2023, p. 1) que estaban en contra de su gobierno. Aunque posteriormente señaló: "El pueblo será el que me va a juzgar" (*Publimetro*, 2023, p. 1), al referirse nuevamente a las peticiones de su renuncia, hasta octubre de 2023, continuaba ocupando el cargo de presidenta municipal.

Surgieron, entonces, varios *memes* que refirieron a las peticiones de la renuncia de la alcaldesa, por ejemplo, la imagen compartida el 11 de julio de 2023 (*Figura 10*) en donde se toma como inspiración la imagen de Jolette Guadalupe Hernández Navarrete, figura pública conocida simplemente como Jolette, exconкурсante de la cuarta generación del *reality show* *La Academia*, emitido en la televisora mexicana *TV Azteca* en el año 2005. La participante del programa televisivo se hizo famosa nacionalmente por las críticas debido a considerarse por los críticos como una persona carente de talento musical que, dada la naturaleza del espectáculo en que participó, era más que necesaria. Sin embargo, era el público quien seleccionaba mediante su voto a los concursantes que podían permanecer o abandonar el programa. Por lo tanto, a pesar de las duras críticas y de las constantes solicitudes para abandonar *La Academia*, que le hacían tanto sus compañeros como otros miembros del evento, Jolette no fue expulsada hasta tiempo después del inicio de la competencia.

Figura 10.

Norma Otilia: Si el público no me saca, yo no me voy a ir, compartido en Facebook el 11 de julio de 2023



Nota. Norma Otilia: Si el público no me saca, yo no me voy a ir. (Ortiz, 2023).

Durante la transmisión del 20 de marzo de 2005, la concursante se negó a estas constantes presiones por dejar el concurso con la frase, ahora famosa: “Si no me saca el público, no me voy a salir” (Vlex, 2005, p. 1). En ese momento, el video, la frase y la actitud de la participante se viralizaron en medios televisivos, para ser olvidados, aparentemente, durante los próximos años. Sin embargo, el florecimiento del internet y de la cultura de los *memes* logró recuperar dicho momento de la televisión mexicana, para repetirla, de vez en vez, en diversas situaciones en la que la idea es presentar la obstinación de alguna figura pública mexicana, usualmente políticos o funcionarios de gobierno, que se aferran al puesto, a pesar de la presión pública que pide su renuncia debido a sus errores o problemas para dar solución a diversas problemáticas.

La imagen viralizada en las redes sociales de Chilpancingo presenta un cuadro de la transmisión original, con Jolette usando guantes, un vestido de gala rojo y portando un micrófono, mientras que en el texto incrustado en la parte inferior se replica una ligera modificación de la frase original, que ahora dicta “Si el público no me saca, yo no me voy a ir” y el texto adyacente en la parte superior indica “Norma Otilia”. Este *meme* pone a la presidenta municipal de Chilpancingo de los Bravo en el lugar de Jolette, Norma Otilia es Jolette, una figura pública obstinada en ocupar una posición para la cual, según muchas voces, no está preparada. Por lo que, el *meme* refiere a su negación para abandonar su puesto como gobernante sin que, según ella, existan razones suficientes para hacerlo.

Discusión

El análisis de los *memes* relacionados con la violencia en Chilpancingo, Guerrero, evidencia la complejidad de la representación de conflictos sociales y políticos en la actualidad a partir del empleo de las nuevas herramientas tecnológicas y digitales. Estos espacios pueden servir para compartir e intercambiar preocupaciones, indignación, descontento, miedos y críticas de la sociedad, al mismo tiempo ofrecen un medio para la sátira, el humor y, en algunos casos, la resistencia, por lo que no solo funcionan como un recurso de entretenimiento o distracción, sino también de comentario social y político, reflejando o incluso

desafiando las percepciones y actitudes prevalentes en la sociedad.

Al tratarse de imágenes estáticas, debido posiblemente a las facilidades que actualmente brindan las herramientas tecnológicas, en la mayoría se utilizó texto incrustado o superpuesto, el cual tiene como función principal remarcar, “ilustrar y enfatizar un sentimiento, idea o reacción” tal como señalan Gutiérrez & Reyna (2020, p. 105). La combinación de elementos icónicos y textuales, aunado al contexto desde el cual se enuncia y la compatibilidad de este con la interacción que se da en los espacios digitales, tales como Facebook, donde coexisten diversas comunidades conformadas por grupos de personas con intereses o características afines, ayuda a que adquieran fácilmente un sentido de relevancia social, impulsando su propagación y viralización.

En la evolución del acontecimiento, los hechos que formaron parte de la agenda pública se retomaron en la configuración de estos discursos que, más allá del sentido humorístico, se utilizaron para dar cuenta del acontecer diario, de las experiencias, los sentires y posturas ante lo que se consideró una zona de guerra, tal como un videojuego. Se observó que, de manera cronológica, los *memes* fueron producidos tomando en cuenta primeramente la actitud de la alcaldesa, para después mostrar la ciudad como un lugar abandonado. Posteriormente se enfocaron en la confrontación entre manifestantes y policías. Una vez que el problema parecía disminuir, el humor se fue encauzando hacia otros elementos como la presencia de Laura Bozzo o las burlas hacia la misma ciudadanía en respuesta a expresiones a manera de chistes que muchas personas publicaron y

circularon en sus redes sociales en relación con las dificultades para trasladarse o salir de la ciudad.

Desde esta perspectiva se destaca la relevancia que tienen los estudios de comunicación, así como de los medios digitales para una aproximación a la cultura popular contemporánea y a los discursos sociales en un contexto específico. Aquí, los *memes* actúan principalmente como una forma de protesta y expresión de descontento social, alineándose con teorías de la comunicación política que enfatizan el papel de los medios digitales en la facilitación de la crítica y resistencia social.

Conclusiones

Como se estableció en un inicio, este artículo planteó como objetivo principal analizar la representación de la violencia en los *memes* producidos y circulados en Facebook durante un momento coyuntural específico, enmarcado por una crisis de violencia que se experimentó en julio de 2023 en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero, México. Por lo tanto, se derivaron dos objetivos: 1) Analizar los elementos discursivos (semióticos, icónico-lingüísticos, etc.) que fueron utilizados en la producción de los *memes* que integraron el corpus y 2) Identificar temáticas, actores y uso que se le dio a estas unidades discursivas.

Los hallazgos mostraron los elementos semióticos, icónicos y lingüísticos empleados para construir los discursos que ayudaron a visibilizar, opinar y dar cuenta del sentir de los usuarios de

Facebook, desde la escenificación y representación metafórica de la violencia a través de las alusiones a videojuegos (*Call of Duty* o *Free Fire*) ambientados en zonas de guerra o en películas referentes a la situación del país en relación con el narcotráfico como en el caso de *Infierno*, donde los usuarios tomaron una posición de resignación, identificación y reconocimiento de su entorno. El texto también jugó un papel importante al complementar, anclar los sentidos o enfatizar el mensaje. Aunado a esto, se observó la presencia de emoticones, imágenes preexistentes y también fotografías, estas últimas además de fungir como evidencia de lo ocurrido, reafirman la intención o función del *meme*.

En los ejemplos analizados, desde la perspectiva multimodal, se observó primeramente que, la mayoría de ellos se centró en resaltar la figura de la autoridad local, en este caso, de la presidenta municipal, a quien se enmarcó desde la crítica a su ausencia y falta de acción ante los ataques contra transportistas o las demandas de los manifestantes. Así, los referentes utilizados, sirvieron para representarla desde rasgos que bien pudieran ser relacionados con la personalidad, tales como la insensibilidad, frialdad o incluso, el cinismo.

Resulta destacable que la mayoría de los *memes* que circularon a nivel local son generados por un reducido número de creadores e incluso, en algunos casos durante el periodo analizado, un solo creador dio origen a más de una decena de imágenes, aunque no todas ellas fueron tomadas en consideración para este artículo. Existen diversas posibles explicaciones para esto, quizá aunque el

humor de estos *memes* se orienta al gran público, por lo menos a nivel local, el tiempo, el interés o las capacidades para crearlos no tiene un gran eco en la población general o, quizá, la creación de memes en un entorno de inestabilidad social responde a intereses de origen político, en el que el *meme* puede convertirse al mismo tiempo en un arma de la oposición en contra de quienes ostentan el poder público y una forma de concientización para la ciudadanía sobre la gobernabilidad o ingobernabilidad a la que la administración en turno ha dado. De cualquier manera, la razón detrás de la escasez de productores digitales a nivel local o regional es un tema que podrá ser abordado en futuras investigaciones.

A nivel regional, los *memes* han alcanzado gran relevancia en los últimos años, principalmente porque son ya una válvula de escape para la población ante las diferentes problemáticas que les afectan en los diversos ámbitos de la sociedad, como en la política, la economía y en el entorno cultural, convirtiéndose así, en una respuesta ciudadana ante la crisis de violencia en el estado de Guerrero. Por otra parte, queda también a modo de reflexión, considerar los riesgos éticos asociados con la representación humorística de este fenómeno, puesto que algunos de estos *memes* pudieran desensibilizar a la audiencia respecto a la gravedad de la violencia real, trivializando el sufrimiento de las víctimas. Este aspecto resalta la importancia de abordar críticamente la ética en la creación y difusión de contenido en medios digitales, especialmente cuando se trata de temas sensibles.

Referencias bibliográficas

- Aquí es Chilpancingo (2023a, July 9). *Ya vi la portada del nuevo juego de Call of Duty: Edición especial Chilpancingo* [Image]. Facebook. <https://bit.ly/48U8uje>
- Aquí es Chilpancingo (2023b, July 9). *Mi chilpancingo en estos tiempos* [Image]. Facebook. <https://bit.ly/4aZLJfE>
- Aristegui Noticias (2013, September 25). Laura Bozzo utilizó helicóptero del Edomex y montó "show" con damnificados en Guerrero. *Aristegui Noticias*. <https://bit.ly/3vJLtky>
- Badillo, D. (2023, July 16). La paz narca termina en Chilpancingo y Guerrero se sume en la violencia. *El Economista*. <https://bit.ly/3S27Dpw>
- Barnes, J. A. (1954). Class and committees in a Norwegian Island parish. *Human Relations*, 7, 39-58. <https://doi.org/10.1177/001872675400700102>
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Plaza y Janés.
- ChilapaSHITPOSTING (2023, July 10). *No sé si vengo llegando a Chilpo o entrando a una partida de COD Warzone* [Image]. Facebook. <https://bit.ly/3vwXf1D>
- Cruz, A. (2023, July 5). “Ese video está editado; fue un desayuno fortuito”, dice alcaldesa de Chilpancingo tras ser captada con líder de Los Ardillos. *El Universal*. <https://bit.ly/47Cejse>
- Da Cunha, R. R. (2007). Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *FAMECOS: Midia, cultura e tecnologia*, (37), 23-31. <https://bit.ly/3O2xnkL>
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- De Dios Palma, J. (2023, July 10). Tras crisis de violencia, alcaldesa de Chilpancingo dice que no piensa renunciar a su cargo. *El Universal*. <https://bit.ly/3SkZM8d>
- Del Río, J. (2021, March 8). ¿Qué fue de los protagonistas de los memes más famosos? *La Vanguardia*. <https://bit.ly/3NZnh43>
- Dettmer G., J. (2019). Análisis de Redes Sociales (ARS): Estado del arte del caso mexicano. *Espacio Abierto*, 28(3), 5-24. <http://bit.ly/3u2aDdB>
- Ernst, F. (2020, May 7). La guerra de cada día: Guerrero y los retos a la paz en México. *International Crisis Group*. <https://bit.ly/3vyEdI9>
- Estrada R., L. (Director). (2010). *El Infierno* [Film]. Bandido Films.
- Guerrero, J. (2023, July 7). Gobierno estatal pide a alcaldesa de Chilpancingo valore su renuncia para que sea investigada. *Amapola: Periodismo Transgresor*. <https://bit.ly/3tJIdVX>
- Gutiérrez Vidrio, S. (2010). Discurso periodístico: una propuesta analítica. *Comunicación y sociedad*, (14), 169-198. <https://bit.ly/3Ss6tFx>
- Gutiérrez Vidrio, S., & Reyna Ruíz, M. (2020). Los memes en la política: primer debate de la contienda presidencial mexicana 2018. *Virtualis*, 11(21), 89–108. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v11i21.338>

- Izquierdo, M. J. (2023, July 10). PRI y PAN quieren la renuncia de Norma Otilia Hernández, alcaldesa de Chilpancingo. *SDPNoticias*. <https://bit.ly/47A43J1>
- KnowYourMeme. (2016). *This is Fine*. <http://bit.ly/47QpqWZ>
- KnowYourMeme. (2017). *Peter Parker's Glasses*. <https://bit.ly/47APvZC>
- KnowYourMeme. (2020). *Don't Shoot. I'm a Polish*. Recuperado el 26 de septiembre de 2023 en <https://bit.ly/41ZIkcv>
- Kress, G., & Van Leeuwen T. (2001). *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. Arnold.
- Me encanta Chilpancingo (2023, July 8) Norma Otilia “Todo está bien” [Image]. Facebook. <https://bit.ly/3RYUr55>
- Meneses, G.A. (2010). De migras, coyotes y polleros. El argot de la migración clandestina en la región de Tijuana-San Diego. *Ogigia. Revista electrónica de estudios hispanos*. <https://bit.ly/3RUSFFf>
- Mmg Karla (2023, July 10). #Chilpancingo #Chilpanchisme Créditos: Mmg Karla [Image]. ChilpanChisme. Facebook. <https://bit.ly/47CrAJF>
- Molina, J. M. (2023, July 7). Bryan LeBarón pide renuncia de alcaldesa de Chilpancingo. *El Sol de Acapulco*. <https://bit.ly/48Q3LyU>
- Morán B., C. (2023). Los Tlacos y los Ardillos convierten Chilpancingo en territorio de guerra. *El País*. <https://bit.ly/3U1dv5c>
- Nava, L. D. (2023, July 5). Filtran fotos y audio de alcaldesa de Chilpancingo con presunto líder criminal. *Proceso*. <https://bit.ly/48PM5n1>
- Olguin C. (2023, July 10). -Y en tu pueblo son serios? Pues..... [Image]. Facebook. <https://bit.ly/3tRMWVo>
- Ortiz, A. (2023, July 11). *Jajajaja* [Image]. Facebook. <https://bit.ly/48v7wKv>
- Pérez Salazar, G. (2014). El meme en redes sociales: prácticas culturales de replicación en línea. In Flores Guevara, Sandra (Ed.), *Redes sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultural* (113-131). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Pérez Salazar, G. (2017). *El meme en Internet. Identidad y usos sociales*. Fontamara.
- Polanski, R. (Director). (2002). *El Pianista* [Film]. Focus Features.
- Publimetro*. (2023, July 13). Norma Otilia no renuncia, alcaldesa de Chilpancingo dice que el pueblo la juzgará. *Publimetro*. <https://bit.ly/3vtI4WU>
- Raimi, S. M. (Director). (2002). *El Hombre Araña* [Film]. Columbia Pictures.
- Rojas, S., & Salazar, A. (2021). En Guerrero, al menos 22 grupos criminales se disputan plaza: DH Tlachinollan. *Milenio*. <https://bit.ly/47DqRrv>
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas*. Universidad Autónoma Metropolitana - UAM-X.

- Ruiz, B. E. (2018). Los memes: una respuesta popular y humorística ante la crisis mexicana. *Nueva Sociedad*, (273), 122-135. <http://bit.ly/3S098ER>
- Salgado Andrade, E. (2001). La realidad por escrito. Reflexiones en torno al análisis del discurso periodístico. *Comunicación y Sociedad*, (40), 133-168. <https://bit.ly/3SoPVhK>
- Salgado Andrade, E. (2019). *Los estudios del discurso en las ciencias sociales*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Salgado Andrade, E. (2021a). Memes y procesos de semiosis de la pandemia en México. *Comunicación y Sociedad*, 1-22. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7906>
- Salgado Andrade, E. (2021b). La Casa Blanca de México en Twitter: de la catarsis lúdica a la movilización social. *iMex Revista*, 10(20), 98-115. <https://bit.ly/3SjhdF1>
- Sánchez, J. M., & Urieta, I. (2023). Bloqueos, asesinato de transportistas, enfrentamientos: ¿Qué hay detrás de la violencia en Chilpancingo, Guerrero? *Animal Político*. <https://bit.ly/3RWTxpB>
- Statista. (2023). Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México en 2022. *Statista*. <https://bit.ly/3U8DHuV>
- Valle, F. (2023a, July 10). *Será?* [Image]. Facebook. <https://bit.ly/3Hik23N>
- Valle, F. (2023b, July 10). *Cuando ves a quien está a cargo arreglando el problema. Espera ke????* [Image]. Facebook. <https://bit.ly/3vHtKtU>
- Valle, F. (2023c, July 10). *No disparen: Busco Coyote* [Image]. Facebook. <https://bit.ly/47B4PWp>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo Veintiuno Editores.
- Vlex. (2005, March 22). *Reprende Jolette a Lolita Cortés*. <https://bit.ly/48UwgLE>
- Wolton, D. (1998). La comunicación política: construcción de un modelo. In J. Ferry, D. Wolton et.al., *El nuevo espacio público*. Gedisa Editorial

DOI: <https://doi.org/10.29105/gmjmx21.40-519>

Reseñas de libros

GARAY CRUZ, Luz María (2023). *Mujeres y Saberes Digitales. Las Otras Alfabetizaciones Necesarias. Tintable*

Lidia Ángeles García-González

Universidad de Guanajuato, México

 <https://orcid.org/0000-0001-9363-5280>

Email: la.garciagonzalez@ugto.mx

Este libro tiene como objetivo, una serie de reflexiones que la autora ha desarrollado en los últimos años como académica, provenientes de diversas investigaciones que ha realizado con mujeres activistas que colaboran en distintas colectivas y organizaciones. El texto centra su mirada en analizar “los procesos y estrategias de alfabetización digital que se dan fuera de las aulas y que son organizados y gestionados por jóvenes activistas universitarios interesados en compartir saberes digitales” (Garay, 2023, p.8), con el propósito de construir comunidades y hacer un uso crítico sobre las tecnologías digitales y su impacto en la vida cotidiana.

En la primera parte del libro se presenta un contexto a partir de la pandemia por COVID-19, así como en las personas que utilizaron frecuentemente las diversas tecnologías de comunicación, poniendo a las alfabetizaciones digitales en el centro de la discusión. La autora realiza un recuento histórico de cómo se han dado los procesos de alfabetización digital en programas institucionales y formales,

haciendo hincapié que son “múltiples las maneras en que los actores educativos (docentes y estudiantes) desarrollan habilidades y saberes digitales” (Garay, 2023, p. 19). Asimismo, la académica sostiene que hay alfabetizaciones digitales que se aprenden fuera del salón de clase, lo que denomina en procesos no formales e informales, argumentando que los espacios no formales como la familia y sus integrantes, constituyen un espacio de enseñanzas constantes; además, los grupos de pares tienen el potencial de generar grupos de aprendizaje en donde se da la posibilidad de intercambiar consejos, estrategias de usos y fomentar la resolución de problemas.

Por otra parte, el libro explora diferentes conceptos de habilidades digitales desde la propuesta de Manuel Area (2005), que son la habilidad instrumental relacionada con la apropiación técnica de las TIC; es decir, las habilidades cognitivas que se entienden como aquellos conocimientos y habilidades particulares para aprender a utilizar la información y analizarla críticamente; habilidades

Garay Cruz, Luz María (2023). Mujeres y Saberes Digitales. Las Otras Alfabetizaciones. Tintable

comunicativas que mantienen una relación directa con los usuarios y puedan tener la capacidad de hacer uso de lenguajes multimedia y digitales; además, que construyan sus propios mensajes y los distribuyan en diversas plataformas, redes sociales y páginas web.

Por otro lado, la autora realiza un recuento de cómo el sector educativo en México a través de su política educativa, ha tenido la preocupación por el empleo de las TIC, el desarrollo de las habilidades digitales y la alfabetización digital. La autora sostiene que en los últimos tres sexenios y hoy en día existe “la necesidad de formar a los docentes en el uso de las tecnologías de información y comunicación y el desarrollo de las habilidades digitales” (Garay, 2023, p. 30).

De la misma manera, Garay (2023) expone diversos fenómenos sociales preocupantes para los procesos de alfabetización digital como son “la violencia digital, la extracción de datos, la seguridad digital, los discursos de odio y otras prácticas digitales están presentes de manera constante en los escenarios digitales” (p. 37), que implica la formación desde niños, niñas y jóvenes con habilidades, conocimiento crítico y participativas, conjuntamente para que realicen una apropiación tecnológica digital que tenga su aplicación en su vida cotidiana y ciudadana.

En el segundo apartado, la académica realiza un análisis sobre los escenarios de procesos alfabetizadores y modos de aprendizaje, en donde indaga sobre cómo los jóvenes se han apropiado del uso de las tecnologías digitales, la autora indica que, continuamente es en los procesos de aprendizaje donde se posibilita el desarrollo de habilidades digitales, que se desarrollan en espacios no formales como la familia y los amigos. En este sentido, los procesos de autoaprendizaje de los jóvenes es una de las prácticas más recurrentes, así como el uso de tutoriales; ésta información y saberes progresivamente los van incorporando en su vida cotidiana en diversas prácticas.

Finalmente, en el último apartado sobre las estrategias alfabetizadoras y el trabajo de los colectivos, la autora expone diversas reflexiones y un análisis sobre la importancia de los diferentes colectivos para “promover el cuidado y privacidad; exponer y analizar la desigualdad de acceso por cuestión de género, y hacer énfasis en las posibilidades que ofrecen las tecnologías para el periodismo independiente y la movilización social” (p. 56), que es un trabajo fundamental para que las personas conozcan los riesgos que conlleva el empleo de los entornos digitales de manera segura y eficiente.

Referencias:

Area, M. (2005). *Nuevas tecnologías, globalización y migraciones: los retos de la institución educativa*. Octaedro.


DOI: <https://doi.org/10.29105/gmjmx21.40-523>

Reseñas de libros

GIL QUINTANA, Javier (2023). *Educación y Comunicación en una Sociedad Posdigital. Investigación Documental y Análisis de Perspectivas*. Octaedro


Carlota Casal

Universidad Nacional de Educación a Distancia, España

 <https://orcid.org/0009-0005-8332-9526>Email: carlota.casal@gmail.com

Manuel Fernández-Galiano

Universidad Nacional de Educación a Distancia, España

 <https://orcid.org/0000-0002-9923-8750>Email: manuel.fergaliano@gmail.com

La irrupción de las tecnologías digitales en el siglo XX supuso mucho más que una nueva manera de comunicarse, pues causó una ruptura con todo lo que existía previamente y creó una nueva sociedad digital que ya ha sido superada. Actualmente nos encontramos en la sociedad postdigital, en la que los retos no son comprender cómo funcionan los dispositivos o recursos tecnológicos, sino en ser capaces de educar e investigar en este contexto. Sobre ello reflexiona Javier Gil Quintana en su nueva obra *Educación y comunicación en una sociedad postdigital. Investigación documental y análisis de perspectivas*.

Incluso aquellos familiarizados con la línea de investigación de este autor se sentirán

sorprendidos con los objetivos planteados en este texto, pues ampliarán su conocimiento preexistente sobre qué es aprender y enseñar en este contexto. Para ello, el investigador revisa con ojo crítico documentación preexistente sobre el tema y establece siete categorías vinculadas con la educomunicación que se analizarán de manera pormenorizada en los capítulos que componen la obra.

Se destaca la importancia de establecer dinámicas comunicativas bidireccionales y pedagogías interactivas en el aula. Las mismas que se dan entre el individuo y la sociedad, gracias a las tecnologías digitales. Profesorado y alumnado han de convertirse en *emirecs*, emisores y receptores de

Gil Quintana, Javier (2023). Educación y Comunicación en una Sociedad Posdigital. Octaedro

información, con el objetivo de fomentar el pensamiento crítico. Un alumnado que sea capaz de discernir la información verdadera de las llamadas *fake news*. La educomunicación, tema vertebral de este libro, tiene su origen, entre otros factores, en la primera emisión televisiva en 1926 por parte de su creador, Braid. Este hito cambió la historia del mundo y dio lugar, en los años 70, a un movimiento que sería definido como *media literacy*. Este fue revisado por diferentes autores y organismos como la Unesco o el CICT. Su importancia es tal que en la nueva *Ley Orgánica 3/2020 del 29 de diciembre de Educación (LOMLOE)* se recalca su importancia en la Educación Primaria y en la Educación Secundaria. Además, el INTEF ha reconocido la relevancia de la capacitación tecnológica para los docentes definiendo un *Marco Común de Competencia Digital Docente* y es frecuente observar cómo docentes de diferentes materias comparten sus materiales a través de redes sociales.

Postdigital no refiere una vida más allá de lo digital, sino a la oportunidad de explorar las consecuencias de esta nueva sociedad en nuestro día a día. El autor destaca cómo la relación entre diferentes actores como personas, el aprendizaje, los contextos, las infraestructuras tecnológicas y las entidades no humanas justifican la importancia dada a los *likes*, a los *selfies* o que, en muchos casos, prima lo que sucede en la pantalla a aquello que pasa en la vida real. Así, la ciudadanía ha de cambiar el modelo participativo para lograr que la construcción del conocimiento compartido sea horizontal, en lugar de venir de las clases dominantes o los grupos de poder.

Hemos de convertirnos en lo que Toffler llama *prosumers*, productores y consumidores de información, que se define de diferente manera dependiendo de su presencia e interacción en la red. Este término está estrechamente relacionado con el de *influencer*, que está vinculado con los fines comerciales, ya que sacan rédito de su actividad que interesa a las empresas.

Por supuesto, se profundiza en la idea de imagen como realidad, pero también como constructo para adaptarse al medio. La imagen puede tener una dimensión des-educadora, pero su uso es positivo y ha de introducirse en contextos educativos ya que permite comunicarse y transformar la sociedad. El cine, las series, la televisión y la publicidad permiten a los individuos relacionarse, creando una sociedad más globalizada. Aunque no hayan sido creadas para emplearse en entornos educativos, podemos sacar enseñanzas de ellas si formamos a consumidoras y consumidores en discernir aquellos rasgos que pueden perpetuar estereotipos sexistas. Además, la actitud crítica les ayudará a detectar cuándo están siendo tratados como consumidores y a no sucumbir a las imágenes retocadas, en muchas ocasiones por *influencers*, para ocultar sus defectos.

Este tema culmina en una reflexión sobre las redes sociales que, aunque tienen poder para cambiar la sociedad a través de la construcción de vínculos, en muchos casos causan recelo, puesto que pueden ser manipuladas a favor de las clases dominantes. Se pone en manifiesto la necesidad de que las personas como consumidoras sean conscientes de que en ellas

Gil Quintana, Javier (2023). Educación y Comunicación en una Sociedad Posdigital. Octaedro

puede encontrarse información inventada, imágenes manipuladas, sensacionalismo, mentiras o situaciones de riesgo para determinadas edades. Así, la actitud crítica ayudará a los prosumidores a explotar el potencial de las redes como agente de cambio.

Un nuevo contexto como el descrito, necesita nuevas estrategias para captar la atención de la ciudadanía. Por ello, el autor recalca la relevancia de la gamificación, que otorga un componente lúdico a la educación. Pedagogos como Montessori o Decroly hicieron aportaciones que iniciaron una revolución en el proceso de enseñanza y aprendizaje a través de metodologías activas que buscaban potenciar las actitudes de los discentes. La gamificación también es empleada por marcas como *Nike* o *Volkswagen* para fidelizar a su clientela. Además, existen aplicaciones sencillas como *Kahoot* o *Quizlet* que permiten gamificar el aprendizaje en el aula. Incluso, propone actividades como *scaperooms* que permiten gamificar el mundo real y son muestra de que la gamificación no es únicamente digital.

Otra estrategia interesante son los sMOOC y tMOOC que parten de los MOOC, cursos gratuitos que democratizan la educación y que versan sobre cualquier rama del conocimiento. Estos permiten a personas de cualquier parte del

mundo superar el *e-learning* tradicional gracias a la cultura de la participación. Si bien es cierto que son sumamente positivos, existen ciertas dificultades como las tasas de deserción o la necesidad de cierto manejo técnico para poder hacer uso de ellos.

Por último, el autor abre una ventana al futuro a lo que puede suceder con la educación y la comunicación en este contexto. Así, la educomunicación ha de buscar una posición contraria a las tendencias empleadas por los *influencers*, comprendiendo que el alumnado ha de ser el foco y que los docentes han de adaptarse a sus intereses, construyendo un proceso de enseñanza y aprendizaje relevante, activo y que los empodere.

Los activistas educomunitarios serán vitales para lograr el cambio social necesario que pasa por la formación de la actitud crítica y la creación de una cultura libre en la que la sociedad esté implicada. Este proceso tendrá lugar en un contexto hiperdigitalizado en el que la educación tiene grandes retos y, por ello, es necesario que todos los agentes implicados, como *influencers de aprendizaje*, trabajen para crear un entorno en el que no sea la sociedad la que esté al servicio de la tecnología, sino que sea la primera la que maneje a la segunda para satisfacer sus necesidades y crear espacios para todas y todos.