



## REPERTORIOS CIBERACTIVISTAS EN EL APOYO PRO-PALESTINA DESDE TIKTOK

JAIME ANDRÉS WILCHES-TINJACÁ<sup>1</sup>, HUGO FERNANDO GUERRERO-SIERRA<sup>2</sup>, CÉSAR NIÑO<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, Colombia

<sup>2</sup> Universidad Militar Nueva Granada, Colombia

<sup>3</sup> Universidad de la Salle, Colombia

---

### PALABRAS CLAVE

*Ciberactivismo*  
*Clicktivism*  
*Slacktivism*  
*Palestina*  
*Israel*  
*TikTok*

### RESUMEN

*Las trayectorias históricas del conflicto palestino-israelí han encontrado en el tiempo reciente nuevas formas de expresión movilizadas por la red social TikTok. Utilizando el método de análisis sobre repertorios de ciberactivismo de Van Laer y Van Aelst, se examinaron 200 TikToks con hashtags asociados a la causa Pro-Palestina. Los resultados evidencian que existe viralización de piezas comunicativas en las que prevalecen narrativas emocionales, pero también contenidos que hacen pedagogía del conflicto desde argumentos razonados. La discusión resalta cómo TikTok ha redefinido las estrategias de movilización social y la arquitectura del sistema internacional a través de la acción colectiva digital.*

---

Recibido: 27/07/2024

Aceptado: 02/09/2024

## 1. Mediatización del conflicto entre Palestina e Israel

Las emociones individuales han estado tradicionalmente alejadas de las preocupaciones estratégicas globales. A la sociedad poco le atraen las tensiones en la reconfiguración del equilibrio de poder y del orden internacional (Sasley, 2013), pero sí le llaman las formas en las que los grandes poderes muestran dominio sobre otros menos favorecidos o cuando la integridad individual se ve vulnerada (Crawford, 2000). Por ejemplo, el tabú nuclear dentro del marco de la Guerra Fría, capitalizó emociones negativas por las implicaciones de una destrucción masiva asegurada y el riesgo de una extinción como especie (Tannenwald, 1999). Lo anterior produjo un volcamiento de la industria *pop* en la música, los superhéroes (Waid, 2013), la securitización del cine (Niño & Sánchez, 2020), la televisión y las historietas (Williams, 2003). Ese llamado de atención es consecuencia, en buena medida, al rol del arte, al de la prensa, al papel de los medios de comunicación, a las plataformas y a las redes sociales. La viralización de las imágenes de la guerra, provocan estímulos emotivos alrededor de la tragedia (Sontag, 2010). En ese sentido, el imaginario colectivo suele cristalizar con mayor facilidad cómo luce la guerra (edificios destruidos, cadáveres apilados, casquillos de proyectiles en el suelo, niños llorando, etc.) en vez de como se ve la paz. Actualmente hay un consenso sobre el repudio de las atrocidades en la Guerras Mundiales del siglo XX, por las imágenes de archivo y las herramientas multimedia sobre los hechos.

En el área de los estudios internacionales, la cuestión de las emociones ha sido marginal por el imperio de la canónica tesis de la elección racional para la conducción de la política (Agnew, 2014; Banton, 1995) y ha pasado desapercibida como categoría analítica. Sin embargo, la emergencia mediática y las herramientas digitales de la información han reacomodado el lugar de las emociones en el análisis internacional contemporáneo. Brodersen (2018) le llama «el giro emocional» a la nueva concentración epistemológica de las emociones en las dinámicas globales.

Con base en lo anterior, el complejo panorama del equilibrio de poder en Medio Oriente ha desbordado el ámbito del exclusivo análisis estratégico. Las emociones han encontrado un canal adecuado para su difusión a través del ciberactivismo en las redes sociales. En esta ocasión, la crisis entre Israel y Gaza, en relación con el enclave palestino, ha redirigido las discusiones hacia las tesis de un Estado artificial y opresor, y de otro oprimido y marginado.

De ese modo, la narrativa en redes ha amplificado estos puntos de vista, creando una esfera pública donde se debaten las responsabilidades y las injusticias históricas. Las voces de activistas, académicos, periodistas y ciudadanos comunes se cruzan, ofreciendo una variedad de perspectivas que mediatizan y polarizan el conflicto. Adicionalmente, el ciberactivismo en este caso ha permitido una visibilidad sin precedentes para las narrativas palestinas, que tradicionalmente han sido marginadas en los medios de comunicación convencionales. Las imágenes y testimonios compartidos en tiempo real han generado una empatía global que trasciende que desconoce fronteras y se materializa a través de *clicks* y algoritmos. Sin embargo, esta difusión masiva de información también ha traído consigo implicaciones potencialmente peligrosas, como la propagación de desinformación y el extremismo de las audiencias.

El 7 de octubre de 2023, más de 1,200 miembros del grupo terrorista Hamás penetraron las líneas de defensa de Israel, perpetrando uno de los ataques contra civiles más espectaculares de los últimos años. El ataque coordinado de Hamás, que resultó en la muerte de 1,200 civiles, fue transmitido en vivo por las redes sociales (Euronews, 2023). Los secuestros en residencias, ejecuciones de mujeres y ancianos, violaciones en las calles y fusilamientos indiscriminados fueron vistos en directo. Mientras esto ocurría, la indignación global tomaba forma y se afilaban discursos diplomáticos de orden multilateral para condenar el ataque terrorista. Sin embargo, la atención mediática se centró en la respuesta de Tel Aviv unas horas después.

La incursión y ataque de Israel en Gaza, una acción que se desvió del principio de legítima defensa y de toda legalidad en la guerra (Niño, 2024), prometía el abatimiento de miembros y líderes de Hamás que, según algunos informes de inteligencia, usaron túneles subterráneos en la ciudad como retaguardia y refugio ante la ofensiva israelí. El gobierno de Benjamin Netanyahu emprendió ataques aéreos y terrestres, dejando más de 2,700 civiles muertos durante la primera semana (BBC, 2023). En nombre de la lucha contra el terrorismo, el gobierno de Israel agudizó la crisis humanitaria en la zona. Hospitales bombardeados, niños abatidos, interrupción de suministros eléctricos y de agua potable, así como el impedimento del ingreso de ayudas humanitarias por parte de organizaciones no gubernamentales, protagonizaron titulares en la prensa y publicaciones en las redes sociales.

La crisis mediática no se produjo por la especulación sobre los pactos diplomáticos y militares entre Israel y el mundo árabe, pues a la sociedad en general poco le interesan los acuerdos entre los Estados. Sin embargo, el uso desproporcionado de la fuerza por parte de los cuerpos de seguridad israelíes permitió que ciertos grupos sociales sintieran empatía con la causa palestina. Rápidamente, el tema de los rehenes tomados por Hamás el 7 de octubre se degradó en el imaginario colectivo y pronto tomó un lugar privilegiado la crisis humanitaria provocada por Israel al bombardear civiles. Así, empezó a circular en las redes la idea de que Palestina ha sido históricamente mancillada por Israel y las potencias occidentales, hasta el punto de no existir como un Estado a pesar de ser reconocido por la mayoría de los países (BBC, 2023). Las declaraciones deshumanizantes del gobierno israelí sobre su enemigo provocaron el rechazo de grandes líderes mundiales y organizaciones de derechos humanos. Entonces, el conflicto tuvo una dimensión mediática interesante: mientras en la Franja de Gaza las operaciones especiales de Israel mostraban pequeñas victorias en el abatimiento de integrantes de Hamás y algunos rescates de rehenes, las redes se polarizaron. Por un lado, estaban quienes señalaban a los judíos como los nuevos nazis, y por otro, quienes acusaban a los críticos de Netanyahu de ser antisemitas (The Guardian, 2023).

## 2. TikTok en la causa Pro-Palestina

La revolución digital ha redefinido la naturaleza de las interacciones sociales y su proyección comunicativa (Kaul, 2012; Levin & Mamlok, 2021). En esta línea, de manera amplia el ejercicio de la política y, específicamente, el activismo y la movilización social no escapan y se nutren de los condicionantes y oportunidades que ofrece este nuevo escenario (Hill, 2013). Entre los numerosos recursos que ofrece el mundo digital, desde hace varios años las redes sociales se han venido consolidando como determinantes en la construcción de un nuevo lenguaje político (Gilardi et al., 2022; Stieglitz & Dang-Xuan, 2013). Así, desde el diseño de campañas políticas (Dimitrova & Matthes, 2018), pasando por los mecanismos de comunicación entre gobernantes y gobernados (Khan, 2017), hasta la expresión del descontento y crítica social (Alperstein, 2021), estas dinámicas hoy se desenvuelven ineludiblemente en el marco de estas nuevas y complejas ágoras comunicativas.

La cada vez más generalizada penetración del internet en la cotidianidad de la sociedad, en el marco de una de amplia crítica a los medios de comunicación al ser considerados funcionales al establecimiento, han impulsado el uso de las redes sociales como medios alternativos de información e interacción política (Lilleker & Koc-Michalska, 2017). Por otra parte, elementos como la facilidad de acceso, la desregulación del contenido y su impresionante capacidad de viralización, hacen de las redes sociales un espacio ideal para la expresión e interlocución del descontento social, con capacidad de movilización virtual (Boulianne, 2019), pero también con vocación de exportar o impulsar las manifestaciones de protesta en el mundo real (Cintra Torres & Mateus, 2015). En ese sentido, el alcance masivo de las redes sociales en los procesos de difusión de la inconformidad ha generado una nueva categoría en el estudio de la movilización social: los movimientos de protesta digitalizados (Tufekci, 2017).

Las redes sociales han permitido eludir intermediaciones que, como los partidos políticos, medios de comunicación tradicionales u otro tipo de organizaciones formales, son percibidas cada vez más como obstáculos que como facilitadoras de procesos de cohesión y acción colectiva de ciudadanos con identidades o motivaciones compartidas (Earl & Kimport, 2013). Sucesos como la Primavera Árabe (2010-2012), han sido paradigmáticos en el estudio de la incidencia de las redes sociales en los procesos de movilización social. En este contexto, si bien existe un importante debate sobre si las redes sociales facilitaron e impulsaron de manera determinante las protestas al dar voz a los ciudadanos frente a medios masivos de comunicación controlados por los poderes políticos tradicionales o, si su papel fue limitado y subsidiario a otros factores sociales, políticos e históricos, lo cierto es que es imposible negar su protagonismo en el desarrollo de los hechos (Smidi & Shahin, 2017). Asimismo, junto con el caso de la Primavera Árabe (Wolfsfeld et al., 2013), son numerosos los casos a nivel internacional que, como el de los «Indignados» en España (Postill, 2014), los «Aganaktismeni» en Grecia (Prentoulis & Kyriakidou, 2019) y los «#YoSoy132» en México (García & Treré, 2014), entre otros, han motivado el estudio de las redes sociales, bien sea como viralizadoras del descontento o como gestoras de este.

En el caso de Palestina, las redes sociales han jugado un importante papel que no es novedoso ni se circunscribe únicamente a la ola de indignación mundial frente a las desproporcionadas represalias

adoptadas por el gobierno israelí en respuesta a los ataques perpetrados por Hamas el 7 de octubre de 2023. En este orden de ideas, Abuzayyad (2015) ofrece en su investigación un dato relevante: en 2015 las redes sociales ya eran la principal fuente de noticias para los palestinos, donde la labor informativa era adelantada de manera casi absoluta por «periodistas ciudadanos».

Por otra parte, estudios como los Wulf et al. (2013), revelan a través de un ejercicio sobre el terreno, cómo los activistas palestinos mediante la apropiación de herramientas como Facebook adelantaron acciones de denuncia e impulso de la movilización en contra de la política de asentamientos de Israel y del muro de separación en Cisjordania y Gaza. En la misma línea, Monshipouri y Prompichai (2017), profundizan en el uso de las redes sociales como herramienta de resistencia por parte del movimiento palestino. También, investigaciones como la de Seo (2014), analizan el uso propagandístico de imágenes por parte de Israel y Hamas a través de la red social Twitter (ahora «X»), donde revela que en el caso de Israel el contenido se inclinó más hacia el valor de la unidad nacional, mientras que, en el caso de Hamas, primó el factor emocional que producen los ataques contra los civiles. Por último, es importante señalar el trabajo de Hitchcock (2016), donde busca evaluar la eficacia y las características del uso de las redes sociales (Facebook y Twitter) contra Israel por parte del movimiento transnacional *Boicot, Desinversiones y Sanciones* (BDS).

Aunque el uso de las redes sociales como mecanismo de reivindicación y denuncia por parte del pueblo palestino y del activismo internacional en apoyo a su causa tiene varios antecedentes, los acontecimientos sucedidos en octubre de 2023 sí representaron un punto de inflexión en los alcances y naturaleza de este fenómeno (Kaur, 2024). La gran cantidad de recursos detrás de la propaganda israelí, conocida como «Hasbara», ha hecho que su presencia y mensaje sean casi hegemónicos en los medios de comunicación tradicionales (Murphy, 2015), lo que ha llevado a que los limitados recursos de los defensores de la causa palestina, encuentren en las redes sociales un escenario de mayor acceso y menor censura (Qarjouli, 2023).

Así, los «reporteros ciudadanos» palestinos difunden desde el terreno directamente en las redes sociales a los cibernautas, permitiendo a estos últimos acceder de forma masiva, directa, descarnada y en tiempo real a la crisis en Palestina, apuntando con ello a generar una suerte de «*Instafada*» (Haddad & Chalabi, 2023). Esta dinámica es la que ha permitido generar un movimiento de solidaridad pro-palestino, incluso en sectores sociales de países occidentales que, hasta ahora, parecían desconectados o indiferentes a una crisis de décadas; como demuestran las amplias protestas registradas en varias universidades de Estados Unidos y Europa.

Entre la amplia oferta de redes sociales que ofrecen cobertura al actual movimiento pro-palestino, destaca la reciente y amplia presencia de TikTok. Si bien esta red social promueve la viralidad e inicialmente encontró su nicho en la generación de contenido personalizado, corto y agradable a través del fomento de remixes meméticos (sincronización de labios, rutinas de baile y parodias) (Wilches et al., 2024), su papel y modalidad de difusión de diferentes crisis y movilizaciones sociales le han otorgado nuevos alcances. Ejemplo de lo anterior fue su rol en el caso del movimiento surgido luego del asesinato de George Floyd en Estados Unidos (Janfaza, 2020), la forma en que se ha utilizado en el marco de la guerra Ucrania-Rusia (Chayka, 2022) y, por supuesto, la difusión de la crisis en Palestina (Maheshwari, 2024).

Desde la crisis de mayo de 2021 entre Israel y Hamas, el «activismo lúdico» adelantado por los jóvenes palestinos a través del uso de herramientas que ofrece la plataforma TikTok para la edición de videos (Cervi & Divon, 2023), ha demostrado con su viralización e influencia que Israel está lejos de salir victorioso en el frente de las redes sociales (Yarchi & Boxman-Shabtai, 2023). Incluso, la capacidad de proyección de esta movilización digital llevó a que fuera denominada como la «TikTok Intifada», en alusión al término árabe utilizado en anteriores levantamientos palestinos (Abbas et al., 2022).

En la misma línea, el movimiento de apoyo a Palestina surgido en la Universidad de Columbia y que se propagó a más de 50 universidades en los Estados Unidos y varias más en Europa (Cabral & Faguy, 2024), ha encontrado en TikTok su medio de difusión insignia. Son innumerables los videos en esta plataforma que muestran el masivo apoyo de este movimiento universitario a Palestina y, a su vez, el rechazo al apoyo económico y militar de países que como los Estados Unidos ofrecen Israel (Pequeño, 2024). Mediante la edición apoyada en fondos musicales ampliamente conocidos, una producción de vídeo más sofisticada que la usada tradicionalmente en la plataforma y un enfoque en la lúdica de la movilización, la viralización y apoyo digital a escala mundial a estas expresiones de protesta resulta incuestionable.

Por último, TikTok también ha sido escenario reciente de un movimiento de denuncia y censura por parte de los usuarios de la plataforma en contra de *celebrities* que son señaladas de apoyar a Israel o de mantenerse indiferentes ante la crisis humanitaria en Palestina. El movimiento *#Blockout2024* también conocido como *Operation Blockout* o *Celebrity Block Party*, surgió a raíz de la celebración anual en Nueva York de la *Met Gala* (el espectáculo anual más poderoso de la moda), mientras a pocas calles se adelantaban masivas protestas en apoyo a Palestina (Paton, 2024). La ausencia de alusiones y posicionamiento del mundo del espectáculo ante la crisis provocó, a través de TikTok, una ola de indignación que impulsó una estrategia sin precedentes de exposición abierta (funeo) y bloqueo de figuras de la farándula en las redes sociales (Hamed, 2024).

De acuerdo con el marco referencial expuesto, la investigación plantea la siguiente estructura de objetivos e hipótesis que pretenden articularse a la propuesta de los repertorios de ciberactivismo que se expondrán en la metodología:

OG: Examinar el rol de TikTok en el ciberactivismo originado desde el conflicto palestino-israelí.

- OE1: Identificar los repertorios del activismo digital en TikTok desde cuatro repertorios de incidencia basados o soportados desde la personalización de las narrativas reivindicativas en Internet.
- OE2: Analizar las intenciones comunicativas y visuales del contenido de TikTok relacionado con el conflicto palestino-israelí.
- OE3: Establecer las implicaciones del activismo digital en TikTok para los desafíos que enfrentan las teorías de la movilización social y el sistema internacional

Hipótesis:

- H1: La plataforma TikTok desempeña un papel crucial en el ciberactivismo asociado al conflicto palestino-israelí.
- H2: La utilización de narrativas emocionales y argumentos racionales en TikTok tiene la capacidad de educar e influir en la percepción pública respecto al conflicto palestino-israelí.
- H3: Las etiquetas (hashtags) promueven la viralización del contenido y la movilización de la atención internacional sobre el conflicto palestino-israelí.

### 3. Metodología

Ahora bien, en relación con el activismo digital, es posible clasificar el repertorio de acciones de reivindicación que se dan a partir del uso de las tecnologías de la comunicación y de las redes sociales, en particular. Es de este modo, que el método de análisis seleccionado para la presente investigación se basa en la propuesta de Van Laer y Van Aelst (2010), y readaptado en el trabajo de Rodríguez-Romero (2022). En esta propuesta se hace referencia a los repertorios de activismo digital, proponiendo cuatro dimensiones de análisis para el estudio de los movimientos sociales que se dan a través de medios digitales.

#### 3.1. Acción apoyada por Internet con personalización explícita

La primera dimensión se relaciona con aquellas acciones propias de líderes de los movimientos sociales, sectores políticos o críticos del movimiento social o de la acción reivindicatoria que deciden presentarse de manera individual las narrativas digitales. El uso de herramientas virtuales ha permitido consolidar estas personalizaciones en la acción digital, es decir, se amplía el rango de tácticas que pueden ser implementadas por los movimientos sociales y, además, abre paso a dinámicas en las que las iniciativas recaen en el carisma del emisor. Las acciones basadas en el internet:

constituyen redes sociales puntuales o temporales que se mantienen básicamente sobre lo comunicativo por encima de otros medios o métodos. [...] Los ejemplos clásicos son los hackers, sus reuniones (*hackmeetings*) u otras organizaciones similares. En esta categoría también se suelen incluir los grupos u organizaciones que trabajan en torno a los nuevos conflictos asociados a las nuevas tecnologías (propiedad intelectual, libertad de expresión, informática social, etc.). (Sádaba, 2012, p.782).



### **3.2. Acción apoyada por Internet sin personalización explícita**

La segunda dimensión se refiere a aquellos que se apoyan en herramientas digitales para apoyar una causa social, sin tener interés en identificarse o presentarse como portador de la causa reivindicatoria. En esta dimensión resalta la *función creativa* de internet de tácticas nuevas y modificadas que amplían el conjunto de herramientas de acción de los movimientos sociales. Para Millaleo y Velasco (2013), las tácticas que se apoyan en el internet se denominan e-tácticas y consisten en una serie de tecnologías que «se integran con formas ya existentes de acción, pero posibilitan su escalamiento a bajos costos de organización y movilización, resignificando formas de acción colectiva ya existentes» (Millaleo y Velasco, 2013, p.18).

De esta manera, las acciones internet-supported, amplifican el alcance de los movimientos sociales en cuanto a los niveles de participación de la ciudadanía y facilita la posibilidad de replicar el repertorio de acción en otros movimientos sociales con diversas demandas u objetivos. En palabras de McAdam et al. (2005) «la innovación a pequeña escala modifica los repertorios continuamente, sobre todo cuando uno y otro conjunto de participantes descubre que hay una nueva táctica, un nuevo mensaje o una nueva presentación (que) ofrece recompensas que sus predecesores no ofrecían» (p.153).

### **3.3. Acción basada en Internet con personalización explícita**

La tercera dimensión de análisis propuesta por los autores hace referencia a las formas de acción colectiva de bajo riesgo, en las que recae la acción en personajes influyente de redes sociales con capacidad de viralizar retos (que van desde el humor hasta la denuncia). De acuerdo con Passy and Giugni (2001), uno de los factores determinantes para que un ciudadano decida participar y mantenerse comprometido con un movimiento social, es la percepción individual que se tiene de los riesgos y los costos que implica la implementación de los repertorios de acción, «[...] individual perceptions also affect differential participation, that is, the intensity with which one is involved in movement activities» (Passy and Giugni, 2001, p.125).

El uso de herramientas digitales ha permitido que los ciudadanos perciban un menor riesgo en su participación en movimientos sociales, debido a que requieren de un compromiso menor y tienen la posibilidad de contribuir de manera espontánea y temporal (Bunnage, 2014, p.441). De esta manera, aquellas acciones que conllevan menores riesgos, costos y nivel de compromiso facilitan la participación ciudadana y le permite al movimiento social difundir sus demandas e ideas.

### **3.4. Acción basada en Internet sin personalización explícita**

La cuarta dimensión está relacionada con aquellas formas de acción de alto riesgo en las que se asume la creación de una narrativa colectiva que busca desafiar las estructuras canónicas en las que se narra un hecho social. La percepción individual del riesgo se basa en diversos criterios tales como el contexto, la trayectoria de movilización del ciudadano y la capacidad de adaptación a las condiciones cambiantes de los movimientos sociales (Massal, 2019). Es de este modo como actividades de bajo riesgo, que requieren de menor esfuerzo, experiencia y compromiso, resultan ser practicadas con mayor frecuencia que aquellas que representan alto riesgo. En otras palabras:

Al igual que en el mundo offline, existen pruebas de la existencia de lo que podemos llamar una «escalera de participación online», en la que las acciones menos costosas, como informar, están más extendidas, mientras que las actividades más costosas, como debatir y protestar, son menos practicadas... (Mosca, 2010, p.5).

La percepción del riesgo de la ciudadanía con respecto a las tácticas que son implementadas por el movimiento social conlleva a un cambio en el nivel de participación, por lo que acciones de alto riesgo representan una barrera para el compromiso y permanencia de los individuos: «la percepción de los riesgos de ciertas actividades del movimiento tiene un impacto negativo en la participación individual, ya que aumenta los costes de implicarse [...] Mayores riesgos implican mayores costes de participación y, en consecuencia, dificultan la implicación» (Passy and Giugni, 2001, p.126).

**Tabla 1.** Repertorios de activismo digital

|  |   |
|--|---|
| Q1. Acción apoyada por Internet con personalización explícita  | Q2. Acción apoyada por Internet sin personalización explícita   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de dinero</li> <li>• Modificación en el comportamiento del consumidor</li> <li>• Discurso de protesta del usuario desde su perfil</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Movilización ciudadana</li> <li>• Marchas, protestas</li> <li>• Sentada o plantones</li> </ul>             |
| Q3. Acción basada en Internet con personalización explícita  | Q4. Acción basada en Internet sin personalización explícita   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Viralización</li> <li>• Retos</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de medios de comunicación alternativos</li> <li>• Dramatizaciones de hechos noticiosos</li> </ul> |

Fuente: Rodríguez-Romero (2023), a partir de Van Laer y Van Aelst (2010).

En las dimensiones correspondientes al Internet como apoyo o como base, es posible encontrar tácticas que son consideradas como una extensión de una técnica de protesta existente. Los grupos de acción suelen implementar múltiples tácticas tanto off-line como en línea, por lo que el cambio hacia nuevas acciones y tácticas basadas en internet y que dependen de internet, no ha resultado en el reemplazo de las antiguas formas de acción, sino que las ha complementado.

Con respecto a las dimensiones de personalización explícita e implícita, los autores hacen referencia a aquellas actividades o formas de participación política que requieren mayor o menor intensidad, de acuerdo con el grado de compromiso colectivo, formalización de la organización de la sociedad civil o el carisma del líder que representa la protesta social o denuncia del hecho coyuntural.

### 3.5. Método

TikTok cuenta con aproximadamente 1.56 mil millones de usuarios mensuales, experimentando un crecimiento inusualmente alto durante la pandemia y el aislamiento. En 2021, superó a Instagram en popularidad (Datareportal, 2024), consolidándose entre las audiencias jóvenes como una aplicación para videos cortos, incluso considerados infinitos. Sin embargo, su valor no se limita solo al entretenimiento y ocio; también ha sido reconocida por su capacidad para sensibilizar y activar emociones cotidianas de los usuarios, estableciéndose como un medio que permite diversificarlas y expresarlas (Cárdenas-Mata y Veytia-Bucheli, 2023).

Por lo tanto, su papel en temas de activismo y movilización ha adquirido relevancia en conflictos a escala mundial, como el de Rusia y Ucrania, impactando a nivel mediático, comunicativo y divulgativo (García, 2023; García-Jiménez et al., 2024; Rodríguez, 2022). La trascendencia de esta red social en temas de actualidad originó un señalamiento sobre tomar partido en el conflicto Palestina-Israel, que reemergió con el ataque de Hamas el 7 de octubre de 2023. En respuesta a los señalamientos, TikTok aclaró que «es fundamental entender que los hashtags de la plataforma son creados y añadidos a los vídeos por los creadores de contenido, no por TikTok» (TikTok, 2023). Además, TikTok compartió encuestas que muestran el crecimiento del apoyo a la causa palestina entre los jóvenes desde 2010, mucho antes de la creación de la aplicación.

Se espera que la metodología propuesta contribuya a los debates sobre los actuales desafíos que presenta la plataforma en cuanto a nuevas (o antiguas) formas de activismo digital y la promoción de espacios democráticos. Se destacan algunos de estos desafíos.

... el crecimiento de la desigualdad en términos de acceso a la visibilidad algorítmica entre activistas y marcas, *influencers* y grupos de interés; la conveniencia de complementar el activismo lúdico con el trabajo en medios digitales alternativos que permitan formas más estables de colaboración; y la necesidad de proteger a los activistas frente al crecimiento de los discursos de odio. (Castillo-Esparcia et al., 2023, p.1)

Al tener de base la clasificación que proponen Van Laer y Van Aelst (2010), se dejan las cuatro dimensiones propuestas por los autores y el corpus de 200 TikToks, creados entre el 07 de octubre del 2023 al 13 de julio del 2023. Aquí se encontró tendencias, creación de filtros y *challenges*, movimientos e imágenes y videos, en los cuales se mostraba fragmentos del conflicto de Palestina e Israel, desde diversas perspectivas.

### 3.6. Materiales

Para esta investigación, los criterios de selección de los TikToks se basaron en los hashtags *#freepalestine*, *#savepalestine*, *#palestina* y *#palestinalibre*. En primer lugar, se reconoce el hashtag como un elemento que el algoritmo de TikTok prioriza para llegar a usuarios con intereses comunes, categorizando las comunidades y favoreciendo su aparición en el *feed para ti* (Martín, 2023). En segundo lugar, TikTok identifica el hashtag *#freepalestine* (con más de 5 millones de publicaciones) como uno de los que más información pro- Palestina movilizó en la red social, mientras que los otros tres hashtags se utilizaron para visibilizar el cambio de idioma y la ubicación geográfica del activismo.

La delimitación de los hashtags se basó en la frecuencia de «me gusta» y «compartidos», reconociendo su valor en el posicionamiento del algoritmo de TikTok para la viralización de contenido (Martín, 2023). La selección de los videos se centró en los primeros 50 TikToks de cada hashtag con más «me gusta» y «compartidos», conformando un total de 200 TikToks analizados en la investigación. El periodo de análisis abarcó desde el 7 de octubre de 2023, cuando estalló nuevamente el conflicto, hasta el 13 de julio, fecha en que se dio por finalizada la recopilación de TikToks para este estudio. Se aclara que varios de los TikToks encontrados presentaban dos o tres de los hashtags estudiados en la misma publicación, lo cual permitió su uso en más de 50 publicaciones, superando el objetivo inicial.

**Tabla 2.** Etiquetas analizadas

| Etiquetas       | # de etiqueta |
|-----------------|---------------|
| #freepalestine  | 96            |
| #savepalestine  | 59            |
| #palestina      | 71            |
| #palestinalibre | 50            |

Fuente: Elaboración propia, 2024.

## 4. Resultados

**Tabla 3.** Clasificación de los Tiktoks analizados

| Categoría    | # de TikToks |
|--------------|--------------|
| Q1           | 42           |
| Q2           | 72           |
| Q3           | 18           |
| Q4           | 68           |
| <b>TOTAL</b> | <b>200</b>   |

Fuente: Elaboración propia, 2024.

### 4.1. Q1: Acción apoyada por Internet con personalización explícita

En esta categoría, se encontraron predominantemente videos de carácter explicativo y contextualizado. De los 42 TikToks analizados, 26 empleaban un formato en el cual una persona relataba, contaba o denunciaba lo sucedido en Palestina. Algunos ejemplos comunes mostraban a una persona frente a la cámara, sin una edición sofisticada, personalizando el discurso a favor de Palestina, a menudo con un propósito educativo o de movilización emocional en favor de la causa palestina. El lenguaje empleado era sencillo y claro, abordando la situación de manera accesible. Además, se destacaban experiencias



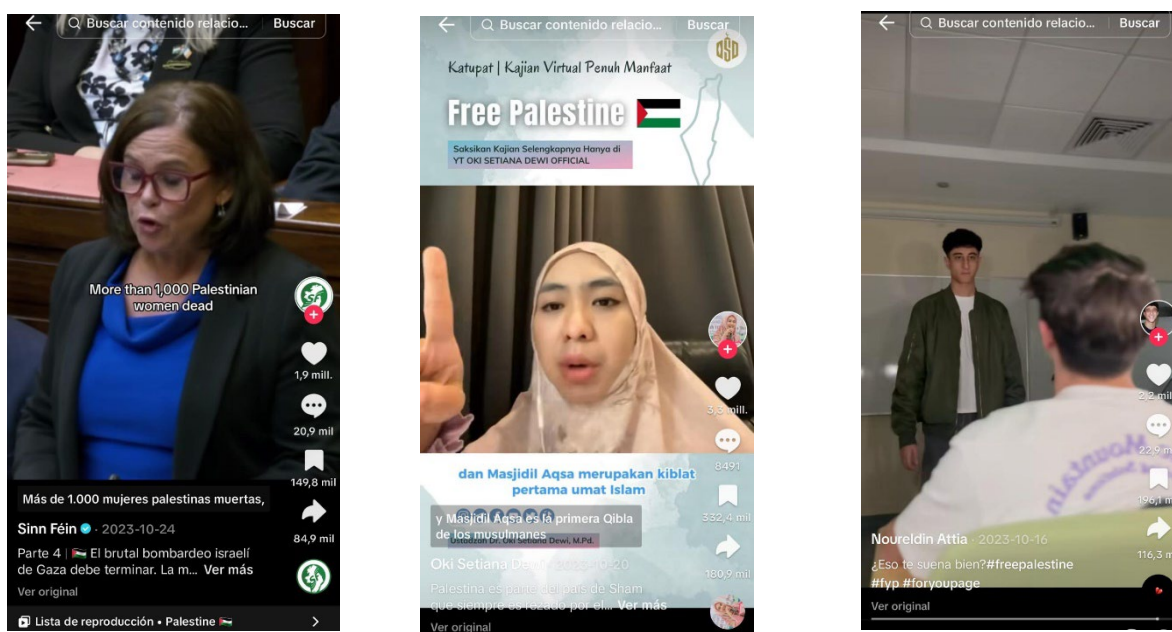
personales, tales como describir el cruce de la zona de Gaza con familiares o relatar cómo veían morir a sus seres queridos y quedarse sin suministros (Tabla 4).

Tabla 4. Subcategorías de la clasificación Q1

| Subcategoría  | # de TikToks |
|---|--------------|
| Dramatización sobre la manipulación de los medios   | 1            |
| Tiktokers responden a otro TikTok sobre el no apoyar a Palestina                            | 3            |
| Muestras artísticas, maquillaje o alusivo a apoyo a Palestina                               | 5            |
| Explicación, experiencias y denuncias del conflicto de palestina                            | 26           |
| Donación de productos   | 1            |
| Hombre escribe a redes de Israel insultos   | 1            |
| Figuras de poder hablando: jefes de prensa, periodista, exfutbolistas, artistas o políticos | 5            |
| <b>Total</b>  | <b>42</b>    |

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Figura 1. Encuadres de TikToks de la categoría Q1



Fuente: Elaboración propia, 2024

En segundo lugar, en cuanto a cantidad de TikToks en esta subcategoría, se encontraron videos de profesionales con un alto grado de seguidores o reconocimiento, que apoyaban a Palestina mediante discursos o entrevistas. Entre estas figuras de poder se hallaban periodistas, jefes de prensa, exfutbolistas, políticos y cantantes, quienes denunciaban los hechos frente a una gran audiencia o facilitaban su replicación. Paralelamente, con un número similar de TikToks en la categoría, se observaron muestras artísticas como dibujos, maquillajes o canciones, que demostraban otra forma de apoyo a la lucha palestina.

En tercer lugar, en función de la cantidad, se encontraron TikToks que respondían a otros *tiktokers* que no apoyaban la causa palestina o la cuestionaban. Las dinámicas manejadas eran consistentes en los tres casos estudiados: se mostraba una parte del TikTok al que se respondía y, mediante argumentos, se debatía lo dicho por la persona refutada. Esta interacción incluso provocaba que los seguidores del *tiktoker* se dirigieran al video original para dejar comentarios ofensivos, crear más duetos respondiendo a los videos

pro-Israel, y en algunos casos, llevar al creador del video a borrar el contenido pro-Israel o desactivar los comentarios.

Finalmente, se encontraron TikToks individuales en la subcategoría, que, a pesar de ser únicos, generaron una gran visualización y alcance en la plataforma. Estos videos generalmente consistían en actos individuales que lograron gran viralización, como insultar a las cuentas oficiales de Israel, donar a Palestina o dramatizar la manipulación de los medios al cubrir extensamente los ataques a Israel, pero no así los ataques a Palestina, que sufría igual o mayor violencia.

#### 4.2. Q2: Acción apoyada por Internet sin personalización explícita

Esta categoría fue en la que se hallaron la mayor cantidad de videos y presenta dos aspectos predominantes: en primer lugar, la replicación de hechos angustiantes relacionados con la situación en Palestina; y, en segundo lugar, la muestra de las movilizaciones globales en apoyo a Palestina.

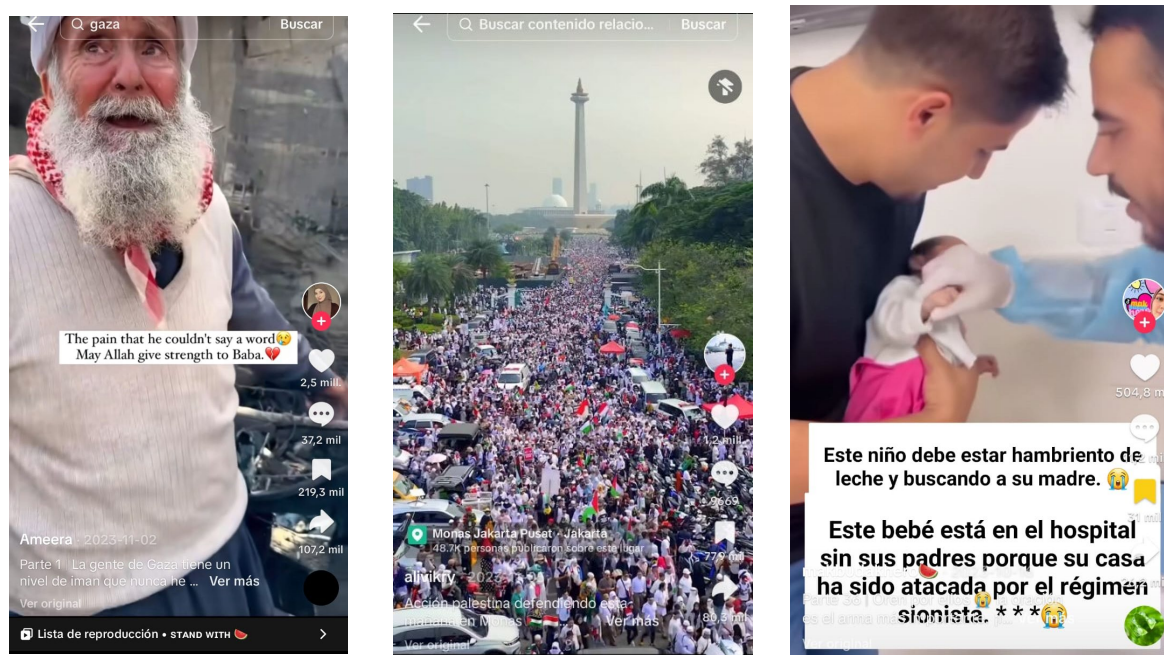
Al profundizar en el primer aspecto, sobresalen numerosos videos que muestran a niños llorando entre escombros, en estado de shock debido a los bombardeos, bebés huérfanos en hospitales tras la muerte de sus padres en los atentados, y múltiples palestinos llorando entre el caos al descubrir la muerte de sus parientes. Es común que varios de estos videos sean repetidos, mostrando al mismo niño llorando y obteniendo un gran impacto en varias cuentas (Tabla 5). Se reconoce que los videos que involucran a niños tienden a obtener mayor alcance y viralización, ya que es más fácil que la audiencia se sienta conmovida por un bebé herido que por un adulto en la misma situación.

Tabla 5. Subcategorías de la clasificación Q2

| Subcategoría   | # de TikToks |
|--|--------------|
| Replicación de videos sobre: atentados, sobrevivientes, dolor de la perdida de familiares o discriminación | 33           |
| Situaciones de protesta: abandonar recintos, quitar banderas   | 4            |
| Movilización masiva  | 27           |
| Replica de discursos y apoyos en otras cuentas que no son las personales                                   | 8            |
| <b>Total</b>   | <b>72</b>    |

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Figura 2. Encuadres de TikToks de la categoría Q2



Fuente: Elaboración propia, 2024

En el segundo aspecto, 27 TikToks de la subcategoría muestran la movilización masiva en diversas partes del mundo. Entre los países más destacados se encuentran Indonesia, Malasia, México, Países Bajos y Estados Unidos. Cabe destacar que los niños también son protagonistas en algunos videos de las marchas, ya sea portando banderas o gritando consignas. Asimismo, el componente religioso es visible en la reunión de múltiples personas en mezquitas para orar por Palestina, como una muestra adicional de protesta.

Otra subcategoría identificada es la réplica de discursos pro-Palestina que no se originan en las cuentas personales de quienes los pronuncian, pero que generan un amplio alcance entre los usuarios de la plataforma. Estos TikToks, al igual que la replicación de videos de niños y sobrevivientes en Gaza, esparcen un discurso que no han creado, pero que propagan por la red, generando simpatía y permitiendo que las mismas palabras se reproduzcan repetidamente.

Por último, la subcategoría con menos videos analizados incluye situaciones de protesta en apoyo a Palestina, pero que no se enmarcan dentro de la categoría de movilización. Estas situaciones aluden a políticos que abandonan recintos cuando representantes israelíes hablan, la exposición de la bandera de Palestina en lugares públicos y la retirada de la bandera de Israel cuando es observada.

### 4.3. Q3: Acción basada en Internet con personalización explícita

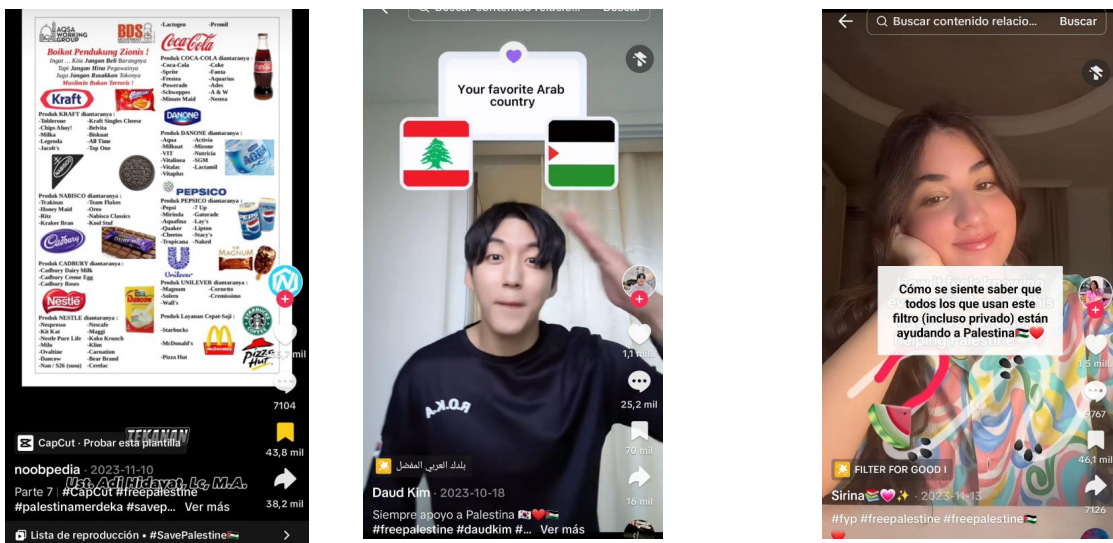
En la clasificación Q3 se identificaron menos videos, los cuales no tuvieron un alcance tan amplio como en las otras tres clasificaciones estudiadas. Dentro de las categorías emergentes de los TikToks analizados en esta clasificación, se destacan dos enfoques principales: uno centrado en la ayuda hacia Palestina y otro en la realización de boicots o la denominada «fun» a quienes apoyan a Israel (Tabla 6).

Tabla 6. Subcategorías de la clasificación Q3

| Subcategoría  | # de TikToks |
|---|--------------|
| Filtro, juego de la sandía                          | 4            |
| Trend, comparación de Palestina con Israel          | 2            |
| Trend, celebridades y marcas que apoyan a Palestina | 3            |
| Boicot a productos hechos o que son pro- Israel     | 5            |
| Filtro, tapabocas freepalestine                     | 3            |
| Trend, apoyando a Palestina                         | 1            |
| <b>Total</b>  | <b>18</b>    |

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Figura 3. Encuadres de TikToks de la categoría Q3



Fuente: Elaboración propia, 2024

Un ejemplo representativo del primer enfoque es la creación del filtro en TikTok denominado «FILTER FOR GOOD» por la creadora @xojourdanlouise. Este filtro se basa en un sencillo juego de sandía, y la creadora menciona que, al ser utilizado masivamente, donará los ingresos generados por TikTok a fundaciones que apoyen la causa palestina. Ella explica que, ante la incertidumbre sobre cómo ayudar frente a la guerra, esta es una manera sencilla de contribuir. A la fecha de culminación del análisis, el filtro había sido utilizado en 12 millones de videos. Además, la creadora comparte actualizaciones y menciona las organizaciones a las cuales dona. Un ejemplo de esto es la donación de siete mil dólares a Médicos sin Fronteras en diciembre de 2023.

En cuanto al segundo enfoque, predomina la adopción de un punto de vista claro y la toma de decisiones concretas. En los videos analizados, se exponen marcas de maquillaje, ropa, comida, u otros productos que sean derivados de Israel o que muestren un apoyo explícito hacia este país, con el objetivo de incentivar a los consumidores a dejar de adquirir estos productos como una forma de protesta para reducir sus ventas y afectar a las marcas que respaldan a Israel. Un fenómeno similar ocurre con las celebridades, exponiendo a aquellas que apoyan a Palestina y a las que apoyan a Israel, con el fin de instar a los seguidores a dejar de seguir a las celebridades pro-Israel o a dejar comentarios en sus publicaciones.

El resto de las publicaciones analizadas hacen referencia a tendencias (*trends*) como el uso de filtros que muestran apoyo a Palestina mediante la exhibición de tapabocas o banderas. En otros casos, se observa la tendencia donde se prefiere escoger basura en lugar de apoyar a Israel.

#### 4.4. Q4: Acción basada en Internet sin personalización explícita

Esta última categoría mostró una mayor diversidad en torno a las subcategorías identificadas. Esta clasificación en particular se refiere a productos de creación propia que combinan varios elementos, como música, creación de imágenes, ilustraciones o videos, siguiendo la narrativa de apoyo a Palestina.

Uno de los temas predominantes en los videos fue la exhibición de paisajes, territorios y mezquitas de Palestina destruidos, acompañados de mensajes de apoyo y, en su mayoría, oraciones religiosas. Algunos videos resaltaban los paisajes culturales de Palestina, mostrando su belleza, mientras que otros ilustran un antes y un después en ciudades que anteriormente eran atractivos turísticos y que hoy son escombros. Similarmente, se crearon recopilaciones de imágenes y videos explicativos con voz en off sobre lo que ocurría en Palestina, proporcionando contenido educativo y creativo para aquellos interesados en comprender el conflicto a través de la plataforma (Tabla 7).

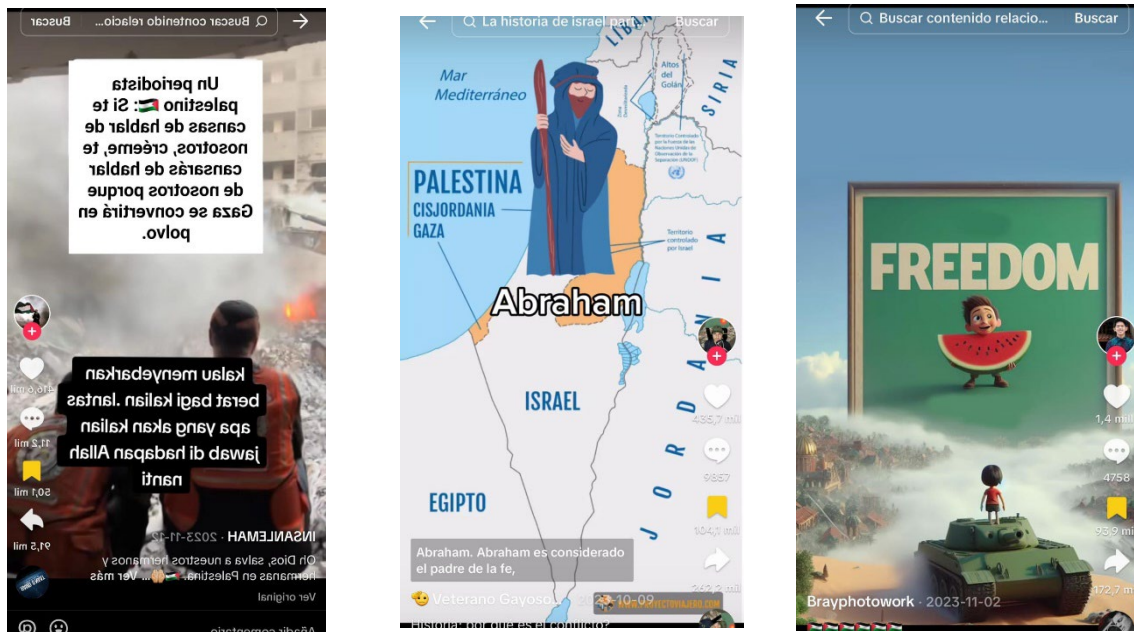
**Tabla 7.** Subcategorías de la clasificación Q4

| Subcategoría  | # de TikToks |
|---|--------------|
| Paisajes de palestina culturales y destruidos con mensajes u oraciones                | 22           |
| Voz en off con imágenes detrás y explicación de hechos                                | 10           |
| Demostración artística o prohibición: Ilustración, dibujo, animación o canción creada | 7            |
| Mensajes sobre bombardeos o masacres  | 4            |
| Edits de videos de apoyos (situacionales propios)                                     | 9            |
| Apoyo de países o mandatarios   | 14           |
| Noticia   | 2            |
| <b>Total</b>  | <b>68</b>    |

Fuente: Elaboración propia, 2024.



Figura 4. Encuadres de TikToks de la categoría Q4



Fuente: Elaboración propia, 2024

Otra de las formas destacadas en esta clasificación se refiere a videos e imágenes que mostraban el apoyo de altos dirigentes de países que respaldaban a Palestina, tanto en sus discursos como en acciones prácticas durante la guerra con Israel. Entre los dirigentes más mencionados se encontraban el presidente de Rusia, Vladimir Putin; el príncipe de Gales, Guillermo; el presidente de Corea del Norte, Kim Jong-un; el presidente de Indonesia, Joko Widodo; y el presidente de Chile, Gabriel Boric.

Además, se observaron demostraciones artísticas como canciones, dibujos e ilustraciones que apoyaban a Palestina. Un caso notable fue el baneo en Spotify y Apple Music de la canción «Dammi Falastini» de Mohammad Assaf, que relata el orgullo palestino. Asimismo, se crearon ediciones de video de situaciones creativas que mostraban apoyo hacia Palestina, tales como un cuervo quitando una bandera de Israel, representaciones de una tierra sin Israel, o cómo sería si Israel tomara otros países en el futuro.

En menor medida, también se difundieron mensajes sobre los bombardeos y masacres ocurridas en Palestina a través de imágenes y noticias que los medios publicaron y que obtuvieron un amplio alcance en la plataforma.

## 5. Discusión

La investigación se propuso examinar el papel de TikTok en el ciberactivismo, particularmente en el contexto del conflicto palestino-israelí. Los resultados obtenidos permiten confirmar las hipótesis planteadas y cumplir con los objetivos propuestos, aportando así al cuerpo de conocimiento existente sobre el ciberactivismo en las redes sociales.

H1 evidencia que TikTok juega un papel significativo en el ciberactivismo relacionado con el conflicto palestino-israelí a través de la narrativa en las redes sociales y su amplificación de puntos de vista sobre el conflicto, creando una esfera pública donde se debaten las responsabilidades, desde líderes que asumen el papel de portadores de un discurso, en su mayoría catalizado por su carisma en las redes y su posición en instituciones público-privadas u organizaciones de la sociedad civil. Este fenómeno ha permitido que voces que tradicionalmente han sido marginadas o ignoradas en los medios de comunicación tradicionales tengan un espacio para expresarse y ser escuchadas. En este sentido, se encontraron 42 TikToks que caen en la categoría de acciones de activismo digital apoyadas por Internet con personalizaciones explícitas(Q1), y 72 TikToks que caen en la categoría de acciones de activismo digital apoyadas por Internet sin personalizaciones explícitas (Q2).

Por su parte, H2 sugería que el uso de narrativas emocionales y argumentos razonados en TikTok puede influir en la opinión pública en el momento de explicar causas y consecuencias del conflicto. Esta



hipótesis también se confirmó al identificar las voces de activistas, académicos, periodistas y ciudadanos comunes que se cruzan en TikTok, ofreciendo un caleidoscopio de perspectivas que mediatizan y polarizan, pero también amplían y reflexionan el debate, desde lo que se podría llamar un activismo pedagógico. Estas narrativas, ya sean emocionales o razonadas, tienen el potencial de educar a la audiencia sobre la complejidad del conflicto y de influir en su opinión al respecto, aunque esto no significa que allí se agota la explicación o interpretación que pueden hacer los usuarios de la red social TikTok. En este sentido, lo que se observa es que TikTok ha permitido la creación de nuevos medios y performance de hechos noticiosos (Q4), que revitalizan el papel de los ciudadanos como prosumidores, y desde ahí se crean escenarios de discusión y de oferta de interpretaciones que, si bien pueden estar influidas por el algoritmo, pueden también retar a los relatos oficiales.

En relación con H3, que sustentaba que las etiquetas son fundamentales para viralizar el contenido y movilizar la atención internacional sobre el conflicto, también fue respaldada por este estudio. Se evidenció que el ciberactivismo en TikTok ha permitido una visibilidad sin precedentes para las narrativas pro-palestinas desde las etiquetas que han jugado un papel crucial en este proceso, ya que han permitido que el contenido se viralice y movilice la atención internacional sobre la casusa palestina (Q3), y se redimensionen posibilidades de financiar actividades humanitarias sin la mediaciones de organizaciones no gubernamentales. Este fenómeno supuso para TikTok la emisión de un comunicado asegurando que las visiones del conflicto palestino-israelí mantienen una regulación constante, y que no es un propósito de la red generar opiniones tendenciosas.

En cuanto a los objetivos, el objetivo general (OG) era analizar el papel de TikTok en el ciberactivismo y su impacto en el conflicto palestino-israelí. Este objetivo se cumplió a través del análisis de contenido realizado. Los objetivos específicos (OE1, OE2) también se cumplieron, ya que se logró categorizar el activismo digital en TikTok, analizar el contenido relacionado con el conflicto y discutir las implicaciones de narrativas que ya no se limitan al entretenimiento, sino que buscan informar y crear comunidades de aprendizaje.

En relación con OE3, si bien se identifica un fenómeno de atmósfera preocupado por el conflicto palestino-israelí, también se debe reconocer que se puede correr el riesgo de extrapolar una interpretación del momento coyuntural, y que la velocidad con la que cambian los contenidos en TikTok, hacen que el estudio pueda caer ante la pérdida de vigencia o caer en sesgos de selección del material, por los regímenes de visibilidad que operan en un algoritmo que todavía no se logra operacionalizar.

No obstante, se abren nuevas líneas de investigación sobre el papel de las redes sociales en los conflictos internacionales y la forma en que estas pueden ser utilizadas para promover la libertad de expresión y el derecho a la información, pero también las responsabilidades que conlleva explicar conflictos tan complejos en narrativas cortas, pero emotivas. Este estudio, por lo tanto, necesita establecer una metodología más aguda en la que Q1, Q2, Q3, Q4 no se analicen como entidades, independientes, sino como pueden entrar a integrarse o crear subconjuntos categoriales como  $Q1q2$  en la que  $q$  podría representar una variable dependiente, pero influenciadora en la determinación de Q.

En síntesis, la investigación contribuye a los debates sobre las tendencias que presenta TikTok en la reconfiguración de repertorios de ciberactivismo digital y la promoción de espacios narrativos que cada vez descentralizan la autoridad de la información en los medios de comunicación tradicionales. Sin embargo, también es necesario no idealizar la catalización de ciberactivismos en TikTok y más bien acudir a la necesidad de generar procesos de alfabetización informacional frente al crecimiento de noticias falsas, discursos de odio y revisionismos históricos.

## 6. Conclusiones

### 6.1. *Atmósfera de preocupación conectada*

La crisis en Medio Oriente ha construido una atmósfera de preocupación conectada. En esta oportunidad, la atención en las redes no recae en los dilemas de seguridad, ni en los recursos energéticos o en los intereses geopolíticos de las potencias por el dominio de zonas estratégicas, está en una causa que aglutina emociones y empatías en medio de un contexto bélico.

En otras palabras, la violación de derechos humanos perpetrada por el Estado de Israel sobre la población gazatí permite la configuración de una geopolítica de las emociones (Moisi, 2009). Esto sugiere que, en un sistema internacional desbordado por las guerras y las crisis humanitarias, la

humillación, el miedo y la esperanza son las emociones más significativas por las que la ciudadanía se identifica.

La conexión se logra cuando la causa palestina apropia elementos reivindicativos de otras causas sociales comunes. La discriminación, la pobreza, los movimientos estudiantiles, la autodeterminación, el reconocimiento y el derecho a existir (Vidmar, 2015). Sin embargo, que exista emociones y causas legítimas por reivindicar no excluye que, en medio de esas expresiones empáticas, se produzcan nuevas narrativas violentas hacia otros, es el caso de pasar de defender a la población de Gaza a invocar el exterminio de judíos por el mundo. Con base en eso, de aquella preocupación conectada puede pasarse rápidamente a una fractura y dislocación singular. La generación de ciclos de discursos y narrativas destructivas, perpetúan bucles de violencias que legitiman las polarizaciones.

## 6.2. Paradigmas que se relativizan

Las interacciones sociales a través del mundo digital se representan desde diferentes atributos asignados en el marco de la construcción social de la cultura comunicativa. Palabras como interconectividad, flexibilidad, desjerarquización, descentralización y viralización son características que de forma casi automática se relacionan con el mundo digital, específicamente en el contexto de las redes sociales. Sin embargo, otros adjetivos más críticos también han nutrido el imaginario frente a las redes sociales: apatía, vanidad, superficialidad, trivialidad, efímero, son solo algunos de ellos (Ozkula, 2021).

Estas características atribuidas al mundo de las redes sociales, también se han asignado al activismo digital o iniciativas que han hecho de las redes sociales su principal medio de expresión y movilización social ante la disconformidad (Karatzogianni, 2015; Ozkula, 2021). De forma peyorativa el activismo digital ha sido frecuentemente etiquetado mediante neologismos como *clicktivismo* y *slacktivismo*<sup>1</sup>, con la intención de reducirlo a un activismo trivial, de bajo riesgo, poco compromiso, efímero y, consecuentemente, con pocas posibilidades de traducirse en posibilidades efectivas de éxito de sus demandas (Karpf, 2020; Morozov, 2009; Rotman et al., 2011).

No obstante, el anterior panorama, es importante señalar que, a lo largo de la historia, los movimientos sociales han dependido y reforzado su ejercicio con las tecnologías disponibles en su contexto. El activismo ha encontrado en la imprenta, el radio, la televisión, el internet y, recientemente, las redes sociales, dispositivos de apoyo al ejercicio del contrapoder y búsqueda del cambio social (Carty & Reynoso Barron, 2019). En ese sentido, la levedad atribuida a ciertas formas de activismo en las redes sociales no se debe confundir con una adopción general de la trivialidad y lo efímero como elementos estructurales del activismo en su nueva dimensión digital (George & Leidner, 2019). Por el contrario, las redes sociales se han convertido en una herramienta de sensibilización y consecución masiva de apoyo a escala transnacional, independientemente del nivel de involucramiento del *supporter*, en donde, al menos los alcances en visibilización de la protesta superan cualquier expectativa de cubrimiento mediático previo a la era digital.

Por supuesto, mantener el interés de los simpatizantes después de los momentos álgidos de apoyo que ofrece la visibilización a través de las redes sociales es un reto. En ese sentido, como lo afirma Leong et al (2019), la tarea de los liderazgos en el activismo digital luego de los momentos cumbre de apoyo radica en depurar y ampliar la base de apoyo con la identificación de los ciberactivistas más comprometidos, al igual que diseñar estrategias renovadas de uso de las redes sociales ante nuevas coyunturas con vocación de mediatización. Este tipo de instrumentalización de las redes sociales es la que ha permitido un creciente apoyo de la causa pro-palestina en escenarios hasta hace pocos años inimaginables. El movimiento pro-palestino es un ejemplo paradigmático de la capacidad de instrumentalización reciente de las redes sociales en los diferentes momentos de la crisis, logrando reeditar, multiplicar y profundizar los apoyos a su causa etapa tras etapa.

---

<sup>1</sup> Bajo estos conceptos se han descrito acciones encaminadas a apoyar una causa política o social mediante acciones en redes sociales que requieren poco esfuerzo o compromiso. Algunas modalidades son el dar *likes*, compartir o "tuitear" o "retuitear" críticas o mensajes de apoyo, cambiar fotos de perfil, compartir hashtags o crear micro videos o "reels" espontáneos y de baja calidad a través de las herramientas que ofrecen redes sociales como TikTok, Instagram o Facebook.

Así, la proyección en el tiempo en el uso de las redes sociales del movimiento pro-palestino contradice el carácter efímero y superficial que se atribuye a esta herramienta. Desde 2008, en el marco de la *Operación Plomo Fundido*, los palestinos se apoyaron en Facebook y YouTube para emitir su contranarrativa frente a los hechos. En 2014, a raíz de la *Operación Margen Protector* se volcaron en Twitter mediante el hashtag *#gazaunderattack*, para transmitir el desarrollo de los hechos en tiempo real. Posteriormente, en 2020, se valieron de Instagram para denunciar el asesinato a manos del ejército israelí del joven autista Eyad al-Hallaq, mediante la campaña *#JusticeForEyad*. Por último, el uso masivo de TikTok ante la escalada del conflicto en mayo de 2021 y los hechos acontecidos en octubre de 2023, demuestran que la presencia en redes sociales es una herramienta con vocación de protagonismo y permanencia en los nuevos procesos de activismo social (Cervi & Divon, 2023).

### 6.3. Paradigmas que cambian

Los resultados resaltan la vocación de interconectividad y viralización de las redes sociales, a la vez que relativiza el etiquetamiento de superficialidad y efimeridad que se les atribuye en el marco de los procesos de movilización social. En ese sentido, aunque el activismo digital, a través de neologismos de alcance peyorativo como *clicktivismo* o *slacktivismo*, ha sido tachado de trivial, de bajo impacto y con poca proyección temporal, en realidad ha demostrado vía redes sociales ser efectivo para sensibilizar y movilizar a escala global. Así, las redes sociales, al igual que tantas otras herramientas y tecnologías comunicativas a lo largo de la historia, han sido adaptadas por los movimientos sociales para fortalecer el alcance e impacto de sus reivindicaciones (Rodríguez-Romero y Cuello, 2022).

De forma específica, en el contexto del activismo Pro-palestino estas hipótesis cobran una importante relevancia y validez, pues este caso de activismo digital ejemplifica como pocos que el uso estratégico de redes sociales (Facebook y YouTube en 2008, Twitter en 2014, Instagram en 2020 y TikTok en 2021 y 2023), permite mediante estas plataformas mantener y amplificar el apoyo en el tiempo, desafiando las percepciones frente a su supuesto carácter frívolo y efímero.

Este estudio propone una mirada alternativa al complejo panorama en Palestina. Basándose en el empleo de las redes sociales, especialmente TikTok, se ha resaltado y viralizado la violencia sufrida por los ciudadanos palestinos. Esto ha permitido configurar dos escenarios destacados en los que se enfoca esta investigación.

Por una parte, se resalta que la tensión geopolítica trasciende los teatros de operaciones convencionales e involucra a las ciudadanías de forma masiva. En otras palabras, la cuestión estratégica se desborda de las dimensiones geopolíticas, tácticas y operativas. Así, la cuestión palestina ha recobrado nuevas perspectivas que empujan a que la guerra y las violaciones a los derechos humanos cobren un especial protagonismo en la agenda pública internacional.

Por otra parte, el uso de TikTok como herramienta de difusión comunicativa ha permitido eliminar las distancias geográficas, y con ello, la construcción de un ciberactivismo que ha logrado una especie de rediseño del sistema internacional a través de las performatividades de una acción colectiva desde las redes sociales. Ambos contextos sugieren que el agotamiento de los canales tradicionales ha permitido que los medios digitales funcionen tanto como canales comunicativos, como plataformas performativas de los movimientos sociales cibernéticos, rediseñando y ajustando la arquitectura del sistema internacional ortodoxo.

## 7. Agradecimientos

Se confiere un reconocimiento a la auxiliar de investigación Angie Carolina Cicua Castro del grupo Representación. Discurso y Poder de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

## Referencias

- Abbas, L., Fahmy, S. S., Ayad, S., Ibrahim, M., & Ali, A. H. (2022). TikTok Intifada: Analyzing Social Media Activism Among Youth. *Online Media and Global Communication*, 1(2), 287–314. <https://doi.org/10.1515/omgc-2022-0014>
- Abuzayyad, Z. (2015). Freedom of Expression and Social Media in Palestine. *Palestine - Israel Journal of Politics, Economics, and Culture*, 21(2), 40–42. <https://www.proquest.com/openview/b338b041e19486bb938345572d46f52e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=26627>
- Agnew, S. (2014). Rational choice theory. En *A Companion to Criminal Justice, Mental Health & Risk*. <https://doi.org/10.4324/9781315573946-13>
- Alperstein, N. (2021). *Performing Media Activism in the Digital Age*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-73804-4>
- Banton, M. (1995). Rational Choice Theories. *American Behavioral Scientist*. <https://doi.org/10.1177/0002764295038003008>
- BBC. (2023, octubre 17). *¿Qué pasará en Gaza tras los combates? y otras 6 preguntas sobre el conflicto entre Hamás e Israel respondidas por los expertos de la BBC*. BBC. <https://www.bbc.com/mundo/articles/crg131gx98zo>
- Boulianne, S. (2019). Revolution in the making? Social media effects across the globe. *Information, Communication and Society*, 22(1), 39–54. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1353641>
- Bunnage, L. (2014). Social Movement Engagement over the Long Haul: Understanding Activist Retention. *Sociology Compass*, 8, 433–445.
- Brodersen, R. (2018). *Emotional Motives in International Relations: Rage, Rancour and Revenge*. Routledge.
- Cabral, S., & Faguy, A. (2024, April 26). What do pro-Palestinian student protesters at US universities want? BBC. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-68908885>
- Cárdenas Mata, S., & Veytia Bucheli, M. G. . (2023). La red social TikTok como proyección emocional de los adolescentes. *Revista Iberoamericana De Investigación En Educación*, (7). <https://doi.org/10.58663/riied.vi7.128>
- Carty, V., & Reynoso Barron, F. G. (2019). Social Movements and New Technology: The Dynamics of Cyber Activism in the Digital Age. In B. Berberoglu (Ed.), *The Palgrave Handbook of Social Movements, Revolution, and Social Transformation* (pp. 373–397). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-92354-3\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-319-92354-3_16)
- Castillo-Esparcia, A., Caro-Castaño, L., & Almansa-Martínez, A. (2023). Evolution of digital activism on social media: opportunities and challenges. *Profesional De La información*, 32(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.03>
- Cervi, L., & Divon, T. (2023). Playful Activism: Memetic Performances of Palestinian Resistance in TikTok #Challenges. *Social Media + Society*, 9(1), 20563051231157607. <https://doi.org/10.1177/20563051231157607>
- Chayka, K. (2022, March 3). Ukraine Becomes the World's "First TikTok War." *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/watching-the-worlds-first-tiktok-war>
- Cintra Torres, E., & Mateus, S. (Eds.). (2015). *From multitude to crowds: Collective action and the media* [EPUB]. Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag Der Wissenschaften. <https://doi.org/10.3726/978-3-653-05926-7>
- Crawford, N. (2000). The Passion of World Politics: Propositions on Emotion and Emotional Relationships. *International Security*, 24(4), 116–156.
- Datareportal. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Dimitrova, D. V., & Matthes, J. (2018). Social Media in Political Campaigning Around the World: Theoretical and Methodological Challenges. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 333–342. <https://doi.org/10.1177/1077699018770437>
- Earl, J., & Kimport, K. (2013). *Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age*. MIT Press. [https://play.google.com/store/books/details?id=\\_uf5mwEACAAJ](https://play.google.com/store/books/details?id=_uf5mwEACAAJ)
- Euronews. (2023, octubre 7). «Estamos en guerra» declara Netanyahu tras el ataque sin precedente de Hamás contra Israel. <https://es.euronews.com/2023/10/07/israel-declara-el-estado-de->



- guerra-tras-un-fuerte-ataque-multiple-desde-gaza
- García, J. A. (2023). La guerra TikTokeada: el usuario es el mensaje en la Sociedad Red. En *La mirada mediática. Una revisión de la actualidad desde las Teorías de la Comunicación* (pp. 13-30.). Fragua.
- García-Jiménez, A., Suárez-Álvarez, R., & Catalina-García, B. (2024). Guerra Rusia-Ucrania. Difuminando los límites de las noticias: actualidad a través de perfiles en TikTok. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 15(2), e25547. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25547>
- García, R. G., & Treré, E. (2014). The #YoSoy132 movement and the struggle for media democratization in Mexico. *Convergence*, 20(4), 496–510. <https://doi.org/10.1177/1354856514541744>
- George, J. J., & Leidner, D. E. (2019). From clicktivism to hacktivism: Understanding digital activism. *Information and Organization*, 29(3), 100249. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2019.04.001>
- Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., & Müller, S. (2022). Social Media and Political Agenda Setting. *Political Communication*, 39(1), 39–60. <https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390>
- Haddad, K., & Chalabi, H. (2023, November 14). *The Instafada: social media as resistance*. Shado Magazine. <https://shado-mag.com/act/the-instafada-social-media-as-resistance/>
- Hamed, A. (2024, May 12). *TikTokers call to block celebs after “tone deaf” Met Gala*. The New Arab. <https://www.newarab.com/news/tiktokers-call-block-celebs-after-tone-deaf-met-gala>
- Hill, S. (2013). *Digital Revolutions: Activism in the Internet Age*. New Internationalist. <https://play.google.com/store/books/details?id=fMj0AgAAQBAJ>
- Hitchcock, J. (2016). Social Media Rhetoric of the Transnational Palestinian-led Boycott, Divestment, and Sanctions Movement. *Social Media + Society*, 2(1), 2056305116634367. <https://doi.org/10.1177/2056305116634367>
- Janfaza, R. (2020, June 4). TikTok serves as hub for #blacklivesmatter activism. *CNN*. <https://www.cnn.com/2020/06/04/politics/tik-tok-black-lives-matter/index.html>
- Karatzogianni, A. (2015). Introduction: Four Phases of Digital Activism and Cyberconflict. In A. Karatzogianni (Ed.), *Firebrand Waves of Digital Activism 1994–2014: The Rise and Spread of Hacktivism and Cyberconflict* (pp. 1–4). Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/9781137317933\\_1](https://doi.org/10.1057/9781137317933_1)
- Karpf, D. (2020). After clicktivism. In *A Research Agenda for Digital Politics* (pp. 123–132). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789903096.00022>
- Kaul, V. (2012). The Digital Communications Revolution. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2(3). <https://doi.org/10.29333/ojcm/2392>
- Kaur, H. (2024, January 19). Palestinians are documenting the war for millions on social media. Their followers have come to see them as family. *CNN*. <https://www.cnn.com/2024/01/19/world/palestinians-x-tiktok-instagram-gaza-cec/index.html>
- Khan, G. F. (2017). *Social Media for Government: A Practical Guide to Understanding, Implementing, and Managing Social Media Tools in the Public Sphere*. Springer Nature Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-2942-4>
- Leong, C., Pan, S. L., Bahri, S., & Fauzi, A. (2019). Social media empowerment in social movements: power activation and power accrual in digital activism. *European Journal of Information Systems*, 28(2), 173–204. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2018.1512944>
- Levin, I., & Mamlok, D. (2021). Culture and Society in the Digital Age. *Information. An International Interdisciplinary Journal*, 12(2), 68. <https://doi.org/10.3390/info12020068>
- Lilleker, D. G., & Koc-Michalska, K. (2017). What Drives Political Participation? Motivations and Mobilization in a Digital Age. *Political Communication*, 34(1), 21–43. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1225235>
- McAdam, D., Sidney, T., y Charles, T. (2005). *Dinámica de la contienda política*. Editorian Hacer.
- Maheshwari, S. (2024, March 28). How the Israel-Hamas War Has Roiled TikTok Internally. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/03/28/business/tiktok-israel-hamas-war-gaza.html>
- Martín, S. (2023). *Cómo encontrar el hashtag perfecto en TikTok*. Metricool. <https://metricool.com/es/hashtags-para-tiktok/>
- Massal, J. (2019). Emociones y movilización de alto riesgo en un contexto de posacuerdo de paz: una reflexión en torno al caso colombiano. *Desafíos*, 31(2), 133-167.
- Millaleo, S., & Velasco, P. (2013). *Activismo digital en Chile. Repertorios de contención e iniciativas*



- ciudadanas*. Fundación Democracia y Desarrollo.
- Moïsi, D. (2009). *The Geopolitics of Emotions*. Anchor Books.
- Monshipouri, M., & Prompichai, T. (2017). Digital activism in perspective: Palestinian resistance via social media. *Int'l Stud. J.* [https://heinonline.org/hol-cgi-bin/get\\_pdf.cgi?handle=hein.journals/isudijo14&section=38](https://heinonline.org/hol-cgi-bin/get_pdf.cgi?handle=hein.journals/isudijo14&section=38)
- Morozov, E. (2009, May 19). *The brave new world of slacktivism*. Foreign Policy. <https://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/>
- Mosca, L. (2010). From the Streets to the Net? The Political Use of the Internet by Social Movements. *International Journal of E-Politics*, 1(1), 1-21.
- Murphy, D. (2015). Hasbara in action. *Irish Pages*, 9(2), 181-212. <http://www.jstor.org/stable/44508361>
- Niño, C. (2024, abril 21). *Ataques entre Israel e Irán: causas y consecuencias*. Razón Pública. <https://razonpublica.com/ataques-israel-e-iran-causas-consecuencias/>
- Niño, C., & Sánchez, J. (2020). La securitización del cine en el siglo XX: interpretaciones sobre la cultura y el poder. *Via Inveniendi Et Iudicandi*, 15(1), 189-217. <https://doi.org/10.15332/19090528/5746>
- Ozkula, S. M. (2021). What is digital activism anyway? *Journal of Digital Social Research*, 3(3), 60-84. <https://doi.org/10.33621/jdsr.v3i3.44>
- Passy, F., y Giugni, M. (2001). Social Networks and Individual Perceptions: Explaining Differential Participation in Social Movements. *Sociological Forum*, 16(1), 123-153
- Paton, E. (2024, May 17). Why TikTok Users Are Blocking Celebrities. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/05/17/fashion/tiktok-block-lists-celebrities.html>
- Pequeño, S. (2024, April 30). College students are telling you exactly how they feel about the Israel-Hamas war. Listen. *USA Today*. <https://acortar.link/t8HWuo>
- Postill, J. (2014). Democracy in an age of viral reality: A media epidemiography of Spain's indignados movement. *Ethnography*, 15(1), 51-69. <http://www.jstor.org/stable/24467135>
- Prentoulis, M., & Kyriakidou, M. (2019). Media and Collective Action in Greece: From Indignation to Solidarity. *International Journal of Communication Systems*, 13(0), 19. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/7870/2520>
- Qarjouli, A. (2023, November 15). *Israel admits "hasbara" efforts are struggling as global coverage centres brutality in Gaza*. Doha News | Qatar. <https://dohanews.co/israel-admits-hasbara-efforts-are-struggling-as-global-coverage-centres-brutality-in-gaza/>
- Rodríguez-Romero, M.A. (2022). *Repertorios de activismo digital en la defensa de territorios con proyectos de infraestructura y extractivismo: los casos del Golfo de Tribugá y el Páramo de Santurbán*. Tesis Maestría. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Rodríguez-Romero, M. A. & Cuello, C. (2022). Activismo digital y reconfiguración de los territorios con impacto medioambiental. En *Gestos, tecnologías y sociedades: tendencias y emergencias en tiempos de pospandemia* (pp.73-101). Editorial Politécnico Internacional.
- Rodriguez, J. (2022). La guerra en TikTok: la red social de la invasión rusa a Ucrania. *Sociedad digital, comunicación y conocimiento: retos para la ciudadanía en un mundo global*, 150-168.
- Rotman, D., Vieweg, S., Yardi, S., Chi, E., Preece, J., Shneiderman, B., Pirolli, P., & Glaisyer, T. (2011). From slacktivism to activism: participatory culture in the age of social media. *CHI '11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, 819-822. <https://doi.org/10.1145/1979742.1979543>
- Sádaba, I. (2012). Acción colectiva y movimientos sociales en las redes digitales. Aspectos históricos y metodológicos. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188 (756), 781-794.
- Sasley, B. (2013, junio 12). *Emotions in International Relations*. E-International Relations.
- Seo, H. (2014). Visual Propaganda in the Age of Social Media: An Empirical Analysis of Twitter Images During the 2012 Israeli-Hamas Conflict. *Visual Communication Quarterly*, 21(3), 150-161. <https://doi.org/10.1080/15551393.2014.955501>
- Smidi, A., & Shahin, S. (2017). A Survey of Research on the Arab Spring. *India Quarterly*, 73(2), 196-209. <https://www.jstor.org/stable/48505308>
- Sontag, S. (2010). *Ante el dolor de los demás* (6.ª ed.). Penguin Random House Group.
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2013). Social media and political communication: a social media analytics

- framework. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 1277–1291. <https://doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>
- Tannenwald, N. (1999). The nuclear taboo: The United States and the normative basis of nuclear non-use. *International organization*, 53(3), 433-468.
- The Guardian. (2023, octubre 10). *Israel-Hamas war live: Netanyahu says Israel's siege 'just getting started'; Hamas threatens hostage executions*. The Guardian.
- TikTok. (2023). *The truth about TikTok hashtags and content during the Israel-Hamas war*. TikTok. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/the-truth-about-tiktok-hashtags-and-content-during-the-israel-hamas-war>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. Yale University Press. <https://play.google.com/store/books/details?id=ZITAswEACAAJ>
- van Laer, J., y van Aelst, P. (2010). Internet and Social Movement Action Repertoires. *Information, Communication & Society*, 13(8), 1146–1171.
- Vidmar, J. (2015). The Concept of the State and its Right of Existence. *Cambridge Journal of International and Comparative Law*, 4(3). <https://doi.org/10.7574/cjicl.04.03>
- Waid, M. (2013). La auténtica verdad sobre Superman (y sobre todos nosotros). En T. Morris & M. Morris (Eds.), *Los superhéroes y la filosofía* (primera, p. 427). Blackie Books.
- Wilches, J., Guerrero, H., & Niño, C. (2024). Emociones políticas y narrativas prototípicas: TikTok en las campañas políticas, estudio de caso. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 1–28. <https://doi.org/10.4185/rllcs-2024-2234>
- Williams, M. C. (2003). Words, images, enemies: Securitization and international politics. *International Studies Quarterly*. <https://doi.org/10.1046/j.0020-8833.2003.00277.x>
- Wolfsfeld, G., Segev, E., & Sheaffer, T. (2013). Social Media and the Arab Spring: Politics Comes First. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 115–137. <https://doi.org/10.1177/1940161212471716>
- Wulf, V., Aal, K., Abu Kteish, I., Atam, M., Schubert, K., Rohde, M., Yerousis, G. P., & Randall, D. (2013). Fighting against the wall: social media use by political activists in a Palestinian village. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1979–1988. <https://doi.org/10.1145/2470654.2466262>
- Yarchi, M., & Boxman-Shabtai, L. (2023). The Image War Moves to TikTok Evidence from the May 2021 Round of the Israeli-Palestinian Conflict. *Digital Journalism*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2291650>